



**UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE GESTIÓN EN TURISMO Y CULTURA**

**ANÁLISIS DE LAS VARIABLES QUE AFECTAN LA CONTINUIDAD DE LAS  
INDUSTRIAS CREATIVAS AUDIOVISUALES EN VALPARAÍSO**

**ALUMNA: LISETTE MIROSKA DELGADO GONZÁLEZ**

**PROFESOR GUÍA: RAÚL DUVAUCHELLE ZAMORA**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL  
DE ADMINISTRADOR TURÍSTICO CULTURAL**

**VALPARAÍSO, 2011**



## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar infinita gratitud a mi familia, especialmente a mi madre Mirta González, que con su amor y preocupación siempre me acompañaron en estos años de estudio lejos de casa y a mi padre Ramón Delgado, ambos con su apoyo eterno me han ayudado a llegar a esta etapa tan importante en mi vida.

A mi profesores, secretarias, auxiliares y a todo el cuerpo docente de la universidad, quienes sin quererlo se convirtieron en mi gran familia porteña, gracias infinitas por su apoyo, sus abrazos, sus palabras.

A mis amigas Natalia Zuleta y Daniela Escobar, que son el mayor tesoro que tengo, una etapa más que la vivimos juntas y así vamos avanzando en esta vida que cada día se coloca más entretenida.

A mis grandes compañeras en esta etapa universitaria, sin ellas la alegría que inundan los recuerdos no serían posibles.

A mi querida Romina Del Solar Stevenson y a toda su familia, por su apoyo infinito.

A mi profesor guía Raul Duvauchelle, que siempre me entregó sus conocimientos y su atención con total entrega, siempre fue más que un profesor, un amigo.

A todos los entrevistados en esta memoria, ya que sin sus palabras no hubiese podido llegar a buen puerto este documento, gracias infinitas.

Gracias a todos los que con una sonrisa hicieron que esta etapa fuese una de las más hermosas que he vivido.

## RESUMEN

El cine es considerado una de las principales manifestaciones artísticas del siglo XX, sin embargo, no es sólo un arte, sino también una industria, reportando más dinero y conglomerando cada año un mayor número de espectadores, por lo tanto es un área que une lo social, económico y artístico, tres ejes fundamentales en el desarrollo de la identidad.

El sostenible crecimiento del área audiovisual a nivel nacional, ha intensificado las formas de desarrollo del cine en Chile, se ha vuelto una industria emergente que actúa como generadora de identidad, de progreso y de acceso.

Valparaíso, como capital cultural de Chile, es en donde se consolidan las distintas actividades artísticas, dentro de estas el área audiovisual, sin embargo, esta área en particular no ha gozado de un desarrollo sostenido en el tiempo, presentado un proceso lento de perfeccionamiento, lo cual lo hace un elemento interesante de estudio, conjugando variables que son investigadas y traducidas en el presente documento.

Este trabajo, es una investigación que toma sentido al ser complemento de las escasas investigaciones que se han hecho por parte de entidades gubernamentales en torno a esta industria, pretende ser una base para la pronta generación de estrategias y toma de decisiones en el ámbito audiovisual comunal y de las posibles planificaciones que puedan surgir en un mediano plazo.

Además esta investigación permite ser un elemento orientador, en relación al ámbito nacional del desarrollo del área audiovisual, identificador de las características del escenario actual y unas potenciales bases que permitan competir de una manera óptima en el desarrollo global de la industria.

*Palabras claves: Industria Audiovisual- Industria Creativa- Industria Cultural*

## **ABSTRACT**

The movies is considered one of the main artistic demonstrations of the 20th century, nevertheless, is not only an art, but also an industry, reporting more money and conglomerated each year a greater number of spectators, therefore is an area that unites the social thing, economic and artistic, three fundamental axes in the development of the identity.

The sustainable growth of the audiovisual area to national level, has intensified the forms of development of the movies in Chile, has returned an emerging industry that acts as generator of identity, progress and access.

Valparaíso, as cultural capital of Chile, is where the different artistic activities are consolidated, inside these the audiovisual area, nevertheless, this area particularly has not enjoyed a development maintained in the time, presented a slow process of improvement, which an interesting element of study does it, conjugating variables that are investigated and translated in the present document.

This work, is an investigation that takes sense upon being complement of the scarce investigations that have done themselves on the part of governmental companies around this industry, intends to be a base for the quick generation of strategies and takes of decisions in the communal audiovisual environment and of the possible plannings that they can arise in a medium time limit.

Besides this investigation permits to be an element guidance counselor, relating to the national environment of the development of the audiovisual area, identifier of the characteristics of the current setting and some potential bases that permit to compete in an optimum way in the global development of the industry.

**Keywords:** Audiovisual industry- Creative Industry- Cultural Industry

## INTRODUCCIÓN

La investigación realizada nace desde la observación acerca de como las industrias audiovisuales se proyectan en la región, como se gestan y como van concordando con el desarrollo de la industria audiovisual nacional.

Cabe decir que la historia de Chile, en el campo de la industria audiovisual, es extensa, comienza justamente en Valparaíso en 1902, pero su toma de conciencia del real valor e importancia, en el desarrollo político-cultural de nuestro imaginario colectivo como región y nación, es un suceso que se ha sistematizado en estos últimos años.

La estabilidad económica y política de Chile en la última década ha producido un mejoramiento en la calidad de vida de los chilenos, en referencia a nuevas formas de entretenimiento y esparcimiento, las cuales han ido en aumento, siendo cada vez más diversificadas y generando espectáculos de toda índole.

El Estado ha trabajado en el fortalecimiento de la cultura, pues es la manera en que la sociedad vive y se mira de manera conjunta e integrada, refleja los hábitos y las identidades de un pueblo y de un país.

José Weinstein, ex Ministro de Cultura, plantea al respecto que “la cultura es un espacio donde se unen lo local y lo universal, y esta característica tiene incidencias de primera importancia en los mercados culturales, pues en la medida en que los bienes culturales que surgen de una nación alcanzan ciertas características especiales de calidad artística, de profundidad o simplemente de entretenimiento, son también interesantes para la humanidad en su conjunto. La cultura añade valor y genera ganancias para los individuos y las sociedades. En otras palabras, la cultura crea empleo y riqueza, así como nutre la creatividad, que es la materia prima esencial que alimenta a las industrias culturales”<sup>1</sup>

Así el área audiovisual chilena ha surgido en los últimos años como un conjunto preponderante de trabajo artístico, cultural y comunicacional, esto producto de las inversiones que se han realizado en el área y del gran número de ciudadanos que hacen uso de estas.

Valparaíso cuna de estas áreas, se ha ido estancando con el tiempo dejando que la región metropolitana desarrolle todo el mercado audiovisual del país, dejando de lado el fomento y la creación audiovisual regional.

La innovación tecnológica en los últimos años se ha presentado como una variable trascendental en el desarrollo audiovisual local, ya que la calidad específica de éstas es una variable diferenciadora fundamental en el desarrollo de las producciones.

El aporte de esta investigación es la exposición de un tema inexorable en la comuna, con factores que afectan el desarrollo de esta industria en Valparaíso.

Para complementar la investigación, se desarrolla un análisis nacional el que se conjuga con lo que ocurre a nivel local.

---

<sup>1</sup> Discurso Ministro de la Cultura de Chile, Simposio Internacional de Industrias Culturales, 10-11 de Noviembre 2004

## INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
<b>CAPÍTULO I. PROBLEMA DE ESTUDIO.....</b>	<b>10</b>
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	12
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>20</b>
3.1 METODOLOGÍA.....	20
<b>CAPÍTULO IV. ACLARANDO CONCEPTOS.....</b>	<b>26</b>
4.1 INDUSTRIAS CREATIVAS.....	26
4.2 INDUSTRIAS CULTURALES.....	27
4.3 INDUSTRIAS AUDIOVISUALES.....	30
4.4 CINE.....	31
4.5 TELEVISIÓN.....	33
4.6 FINANCIAMIENTO DEL CINE EN CHILE.....	34
4.7 ALGUNOS FINANCIAMIENTOS INTERNACIONALES.....	37
4.8 ANTECEDENTES DE LA HISTORIA DEL CINE EN CHILE.....	38
4.9 BREVE SINTESIS DE LA HISTORIA AUDIOVISUAL EN CHILE.....	38
<b>CAPÍTULO V. ANÁLISIS CONTEXTO DEL CINE EN VALPARAÍSO Y SUS VARIABLES.....</b>	<b>43</b>
5.1 CINE EN CHILE Y EN VALPARAÍSO.....	43
5.2 FUNCIONES Y DEBERES QUE DEBIERA EMPRENDER EL ESTADO EN MATERIA CULTURAL AUDIOVISUAL.....	45
5.3 POSICIONAMIENTO DEL CINE CHILENO EN EL MERCADO.....	45

5.4 INDUSTRIA CREATIVA AUDIOVISUAL EN VALPARAÍSO.....	46
5.5 PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN.....	48
5.6 TELEVISIÓN.....	48
5.7 EL CINE Y LA IDENTIDAD.....	48
5.8 ESTRUCTURACIÓN DE REDES.....	49
5.9 OTROS ASPECTOS PLANTEADOS POR LOS ENTREVISTADOS.....	49
<b>CAPÍTULO VI. CONTEXTO Y ANÁLISIS LOCAL.....</b>	<b>50</b>
6.1 ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN EN EL ÁREA.....	50
6.2 EDUCACIÓN.....	50
6.3 ESPACIOS DE EXHIBICIÓN.....	51
6.4 FESTIVALES.....	51
<b>CAPÍTULO VII. FINANCIAMIENTO ENTREGADO POR EL CNCA A TRAVÉS DEL FONDO AUDIOVISUAL A VALPARAÍSO.....</b>	<b>53</b>
7.1 FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2006 A VALPARAÍSO.....	53
7.2 FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2007 A VALPARAÍSO.....	54
7.3 FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2008 A VALPARAÍSO.....	55
7.4 FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2009 A VALPARAÍSO.....	56
7.5 PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS.....	57
<b>CAPÍTULO VIII. CADENA DE VALOR DEL SECTOR AUDIOVISUAL CINE Y TELEVISIÓN.....</b>	<b>58</b>
8.1 LA CREACIÓN.....	59
8.2 PRODUCCIÓN.....	60
8.3 DISTRIBUCIÓN.....	62
8.4 EXHIBICIÓN.....	62
8.5 CADENA DE VALOR.....	64

<b>CAPÍTULO IX. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS</b> .....	65
10.1 OPINIÓN DE CINEASTAS.....	65
10.2 OPINIÓN DE PRODUCTORES.....	83
<b>CAPÍTULO XI. CONCLUSIONES FINALES</b> .....	99
<b>CAPÍTULO XII. PROPUESTAS</b> .....	103
<b>CAPÍTULO XIII. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	104
<b>PÁGINAS WEB CONSULTADAS</b> .....	107
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	108

## CAPÍTULO I. PROBLEMA DE ESTUDIO

Mucho se ha hablado del cine chileno, se han realizado estudios, críticas y reconocimientos, planteando sus potencialidades y debilidades.

En este sentido, el cine el Valparaíso tiene un papel fundamental en la historia del cine chileno, ya fue acá donde surgieron las primeras grabaciones y producciones a comienzos del siglo XX cuando recién surgía tímidamente en la región. Este nace como un arte masivo, abierto al público y a todos los estratos sociales, sin diferenciación cosa que a principio del siglo era muy rara, ya que se consideraba a este como un arte vulgar.

Comienza siendo prolijo y prolífero en la creación de realizaciones en el marco del cine mudo, no obstante al entrar en las tecnologías del sonido, el cine que se llevaba a cabo en la región y en el país pierde valor, disminuyendo el número de creaciones cinematográficas.

Así comienza un descenso de la calidad del cine, lo cual se ve reflejado en la nula o escasa preocupación de parte del Estado en cuanto a políticas de desarrollo, creación, producción y protección de las películas.

En la historia del séptimo arte en Valparaíso como en Chile, el Estado ha tenido un rol fundamental en el desarrollo ya que genera y fomenta la creación abriendo espacios públicos y privados para el progreso de la industria.

Lo anterior queda reflejado en los aportes entregados por el Fondo de Fomento Audiovisual, por parte del Concejo Nacional de la Cultura y las Artes, los cuales durante los años se ha ido incrementando, por ejemplo en el año 1992 los fondos solo eran de \$121 millones, el año 2004 fueron \$694 millones y en el año 2009 el monto fue de \$1.734 millones para el desarrollo de producciones nacionales.

Así como se fueron acrecentando los fondos, las producciones también se incrementaron, lo cual se grafica a continuación:

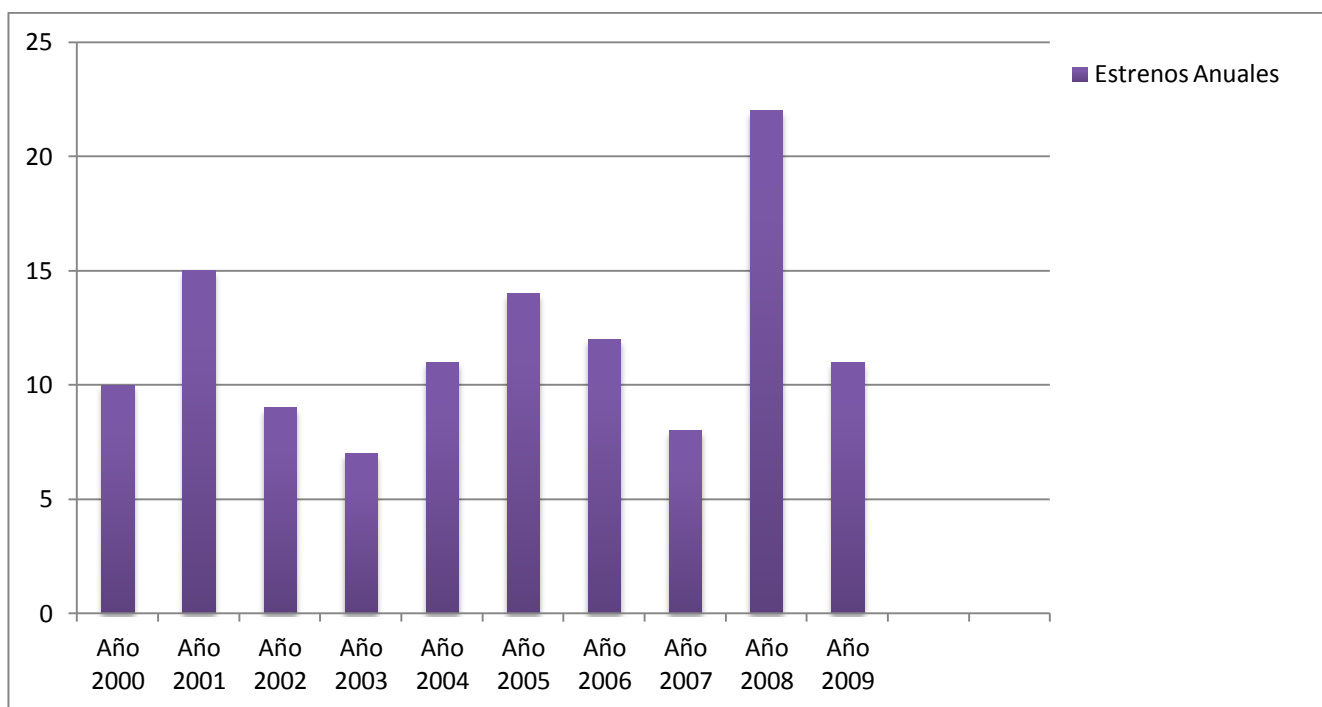


FIGURA 1.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos entregados por la Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile A.G.

Cabe destacar que hoy en día no sólo se fomenta el área audiovisual desde el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, sino que también desde CORFO (Corporación de Fomento Productivo), la DIRAC (Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores), PRO CHILE y el Consejo Nacional de Televisión, apoyos que suman en total más de cinco millones de dólares anuales. Esto ha permitido un mayor número de estrenos de cine chileno al año.

De las producciones realizadas a nivel nacional, muy pocas han sido porteñas, por lo cual esto se convierte en un paradigma dentro de la investigación, ya que Valparaíso como cuna del desarrollo del Cine a nivel nacional se queda atrás en el desarrollo de producciones, lo cual produce varias interrogantes que se pretenden esclarecer por medio de esta investigación.

De este modo, las preguntas que guían la investigación son: ¿Cuáles han sido las variables que han afectado el desarrollo de una industria audiovisual emergente?, ¿El Estado ha desarrollado políticas de fomento y resguardo para la industria audiovisual porteña en específico? ¿Los fondos entregados son equitativos con las regiones?

La hipótesis que sustenta la investigación es que el Estado ha sido el único potenciador de una industria audiovisual porteña emergente, ya que siendo Valparaíso la capital cultural del país, es una ciudad idónea para desarrollar esta industria, no obstante no ha incentivado directamente los mecanismos ni las estrategias necesarias con personas idóneas para llevar a cabo mecanismos de gestión eficientes y eficaces para ampliar, concretar y definir las líneas de desarrollo y de interrelación entre los actores que conforman la emergente industria audiovisual porteña.

Detrás de estas interrogantes está el sentido de lo que una industria cultural, las cuales involucran variados aspectos, estas están definidas por Néstor Canclini “como el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y del entretenimientos y el acceso creciente de las mayorías” Esta definición se puede complementar con la visión de Octavio Getino al respecto, quien sostiene que el Espacio Audiovisual es el campo cultural conformado por los diversos medios de comunicación audiovisual, en sus interrelaciones entre sí y con otros medios e industrias culturales.

### 1.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar variables determinables que sustentan en el tiempo a los proyectos audiovisuales que se enmarcan en el programa Industrias Creativas en la ciudad de Valparaíso, indagando en las relaciones de los distintos elementos y actores que requiere la industria emergente para su formación y desarrollo.

### 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Describir brevemente a modo de contextualización, la historia del cine en Chile, indagando en las producciones, los autores, las temáticas y los géneros, desde sus comienzos hasta nuestros días.

Definir cuáles serían las nuevas necesidades del sector audiovisual regional, colocando énfasis en las políticas que ha impulsado el gobierno describiendo sus potencialidades y principales obstáculos.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Castells<sup>2</sup>, habla del concepto de información que traspasa todos los ámbitos de la vida social. Los medios de masa se caracterizan por manejar un sin número de contenido, donde muchas veces estos contenidos son vacíos existiendo la preponderancia de la imagen, de ahí la importancia de la televisión, el cine y los medios audiovisuales. Es un hecho que en la escritura siempre existe un contenido, mientras que en la oralidad, y hoy en día en los medios audiovisuales, este puede llegar a desaparecer, dado que su introyección se produce de manera más eficiente y rápida, no siendo necesario saber leer ni tener una capacidad crítica hacia este tipo de medios. Mientras más información tenemos más crucial se vuelve la interpretación.

Esta información a la que nos vemos expuestos por parte de los diferentes medios audiovisuales, hace que como sociedad seamos conocedores de realidades poco expuestas. De esta manera se puede afirmar que estos medios comunicacionales ayudan a la formación de la identidad propia, ya que recrean escenarios que la sociedad las cree inciertas.

Giovanni Sartori plantea que lo audiovisual está transformando al homo sapiens, el cual era producto de la cultura escrita, en un homo videns en el cual la imagen ha destronado a la palabra, “el acto de telever está cambiando la naturaleza del hombre”. Sartori da a entender que la sociedad se mancomuna de una forma muy televidente, en lo cual no predomina un entendimiento por lo que se ve, sino solo el acto de ver, la imagen en este sentido destruye el saber en vez de ser una enseñanza mejor planteada y mejor entendida, hace que lo aprendido no sea más que una imagen.

Los continuos avances tecnológicos de hoy en día nos constituyen como una nueva civilización, en la cual el hombre deja de ser un animal simbólico y se convierte en un animal vidente para el cual la imagen toma un papel fundamental.

El cine es una imagen y un lenguaje que une culturas, a partir de este se puede producir un cuestionamiento de realidades no concebidas.

El éxito del cine, en sus principios, fue gracias a que su entendimiento se basara solo en las imágenes y no en lecturas, es por esto que fue tan próspero en las clases sociales más populares y de ahí comenzó su surgimiento.

Las audiencias son una parte primordial dentro de cualquier área audiovisual, ya que realiza la acción de unir la selección de la imagen que percibe (película, serie de tv, etc.) con su identidad, su realidad, siendo esto más que solo una actividad recreativa, pasa a ser un acto que refleja el acervo cultural que el espectador necesita.

La globalización consiste en la creciente interpretación de mercados y comunicaciones que atraviesan las sociedades y los Estados nacionales con un importante componente de desterritorialización. “Los procesos de globalización están marcando el paso de

---

<sup>2</sup> La ciudad informacional. Tecnologías de la información, estructuración económica y el proceso urbano-regional. Manuel Castells, Madrid: Alianza Editorial, 1995

un mundo geopolítico a un mundo geoeconómico y, sobre todo, geocultural.” (Garretón, 2003:19)

“Desde esta globalización de la imagen generada por los medios masivos de comunicación entre los que se encuentra el cine, nace la necesidad de la particularización, de ahí la importancia de las identidades nacionales, la cual se expresa a través de un sentido común más general sobre el tiempo, lo pasado, lo futuro, las relaciones humanas, la manera de valorar la historia y las actividades de la gente, en un territorio unificado por el Estado.<sup>3</sup>” (Garretón, 2000:19)

La globalización lleva a que la cultura tome un papel central, producto de que ella es patrimonio acumulado y en permanente renovación y crecimiento de creaciones materiales, procesos de creación y de creatividad de grupos sociales, artistas, intelectuales o científicos, y aparatos industrias e instituciones que cristalizan estos procesos. “La cultura es también la dimensión más amplia e intangible de respuestas a la pregunta por el sentido personal y colectivo, a través de creencias, saberes y prácticas. El desafío de las políticas culturales es vincular dos dimensiones” (Garretón, 2003:20)

Octavio Getino (Getino, 1996) plantea que producir imagen es producir idoneidad, de igual modo que fortalecer la identidad es hacerlo con el desarrollo. Las pantallas audiovisuales de hoy son espejos socioculturales en el que una comunidad y cada uno de sus miembros integrantes se proyectan y se autorreconocen, construyendo parte esencial de su identidad individual e histórica.

La globalización ha generado un extrañamiento en las sociedades, puesto que siempre se observa a otras culturas apropiándose de símbolos o costumbres que no tienen que ver con nosotros, dificultándose la construcción de una identidad local propia, de una individualización de las costumbres y modos de ser y de tener.

A juicio de Brunner, Chile experimenta el paso acelerado desde una cultura centrada en el imaginario fiscal- el del Estado y las jerarquías políticas y sociales- hacia una cultura de masas organizada en torno a estamentos definidos por sus estilos de vida, trabajo y consumo. Los tipos y ritmos de consumo de bienes culturales- esto es, la participación de casa uno de nosotros en el mercado de productos y servicios simbólicos: programas de televisión y radio, periódicos, revistas y libros, cine y teatro, museos, galerías y conciertos – contribuyen a delinear segmentadamente nuestras propias identidades y, de paso, definen nuestra posición en este específico mercado.

De ahí el Estado toma un papel primordial para plantear la cultura como una forma de desarrollo viable. La cultura es quien maneja la información y la información es el eje principal de la sociedad y del mundo global en que vivimos.

---

<sup>3</sup> “Cultura y desarrollo en Chile: Dimensiones y Perspectivas en el cambio de siglo” Manuel Antonio Garretón y colaboradores, Santiago, año 2000, Andrés bello Editoriales.

La cultura involucra todos los ámbitos de la vida, es por esto que lograr una definición completa y exacta de ella no es fácil. Debido a esto se trabajará con cuatro autores que proveen de distintas definiciones, las que en primera instancia pueden ser muy diferentes entre sí, no obstante, logran en conjunto ser una aproximación completa del significado que tiene hoy la palabra cultura.

A juicio del PNUD (2002) la cultura es la forma en que las personas deciden vivir juntas, debido a que es la sensación de cohesión social basada en los valores y creencias compartidos lo que plasma el desarrollo humano individual. Esta definición posee una orientación funcionalista en que el vivir primeramente en comunidad y posteriormente en sociedad, se debe a la tradición que guía el vivir y el actuar de los hombres y las mujeres.

Para Néstor Canclini, “la cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, o circulación y consumo de la significación de la vida social” (García Canclini, 2004:34). La dirección a la cual apunta este autor, coloca el acento en tres aspectos fundamentales del concepto: en primer lugar, lo simbólico como eje articulador de la vida social; luego, la expansión de la cultura más allá de las obras de arte, de la erudición y los objetos materiales cargados de signos; y tercero, la cultura en tanto conjunto de procesos sociales. Esta conceptualización permite unir lo material y lo simbólico, extrapolando sus diferencias. Así la significación de la cultura, esgrime la dimensión de lo simbólico como el núcleo de la vida y de la producción de lo social y lo cultural. Desde esta perspectiva, la cultura está presente en todos los ejes de lo cotidiano: los bienes materiales, las prácticas sociales, el arte, la economía, la industria, la educación y la política, entre otros.

A su vez también, Carla Cordua (2002) se refiere a que todo el medio en el que vive el hombre es cultura, ya que todo está hecho por él mismo. Es habernos hecho un mundo adaptado para nosotros a nuestras necesidades y nuestra manera de habitar el planeta, como el conocimiento que tenemos de las cosas, como las artes, la imaginación, la literatura, la pintura o la música. Siendo esta una definición que desde una visión más individualista, mira la creación de la sociedad desde el hombre y para el propio desarrollo de éste, por lo que es el hombre el que con su actuar, crea esta sociedad, y por lo tanto, la cultura.

Una cuarta aproximación a la cultura, promovida por José Joaquín Brunner, releva al mercado como ente ejecutor de la cultura. El mercado ha tocado con su mano invisible todas las esferas de la vida, ha transformado y diferenciado, especializado y comercializado, adquiriéndose nuevas formas de organización y nuevos sentidos para el ser humano, encarnándose en lo que llamamos un consumismo.

Los novedoso de la segunda mitad del siglo XX es que las modalidades audiovisuales y masivas de organización de la cultura fueron subordinadas a criterios empresariales de lucro, así como a este ordenamiento global que desterritorializa sus contenidos

y formas de consumo. Culpando a estos medios de la irrupción de las masas en la esfera pública y, desplazando también el desempeño de los ciudadanos hacia las prácticas de consumo.

Esta definición planteada por Brunner, reconoce plenamente la condición económica inherente a las industrias culturales en el marco de un mercado globalizado. Pero a la vez tiene la virtud de considerar el papel que ellas juegan en la afirmación y la definición de la identidad cultural ciudadana. Al respecto se han elaborado estudios (UNESCO, CEPAL, Observatorio de las Industrias Culturales de Buenos Aires, Universidad Autónoma de México, entre otros) que reconocen la dimensión económica del sector cultural, midiendo el impacto de este sobre el Producto Interno Bruto de los países y sobre el empleo. Entre los objetivos de estos estudios están los siguientes:

- Reconocer la estructura de los mercados en los diferentes subsectores culturales
- Mostrar que la cultura puede representar un proyecto económico solvente
- Justificar una acción estatal más decidida sobre la cultura
- Entender cómo esta dinámica económica de la cultura afecta las relaciones sociales, identitarias y ciudadanas.

Los resultados de estos estudios han generado evidencias importantes. Primero, se demuestra que la cultura, desde una perspectiva amplia, es un sector importante para el crecimiento, llegando a pesar entre el 1% y el 7% del PIB, según el país estudiado. Además el sector cultural es considerado un generador de empleo, el cual pesa dentro del empleo total con porcentajes cercanos a los planteados anteriormente por el PIB. Este oficio es altamente calificado y remunerado en las actividades cercanas a la creación y producción, y menos calificado en la distribución y ventas. Cabe agregar, que los sectores que más pesan sobre estos indicadores son los de las comunicaciones, un poco más lejos, las industrias editoriales, fonográficas y audiovisuales y en último lugar se encuentran los sectores de las artes tradicionales.

Es por esto que las industrias culturales toman un papel fundamental en el desarrollo de la actividad cultural. En 1996, el Ministerio de Educación plantea en torno a la política de fomento al cine que la dimensión económica dice relación con un complejo proceso que involucra empresarios, capital, recursos humanos y recursos tecnológicos industriales; y procesos de promoción, exhibición, distribución y venta que implica estrategias de público y mercado. La dimensión cultural de la industria dice relación tanto con la existencia de una fase de creación artística en la producción, como por la especificidad de los bienes y servicios producidos por este sector industrial. Las obras producidas son creaciones simbólicas y culturales. Su carácter concreto, dinámico, emocional, asociativo, sintético, holístico, afecta más a la fantasía y a la afectividad que a la racionalidad humana y está alterando, a escala mundial, las pautas culturales de la sociedad globalizada, constituyéndose en la base de las nuevas identidades sociales, políticas y culturales del siglo XXI (Mineduc, 1996).

Para George Yúdice, “las industrias culturales, no sólo son instrumentos de los conglomerados de entretenimiento que amenazan “aplanar” sonidos, estandarizar imágenes, coreografiar gestos, logotipizar la vida e imponer el inglés. Son también patrimonio histórico y vivo, y un recurso que proporciona empleo e ingresos, actividad económica que produce retornos tributarios pero sobre todo son medios para coordinar los deseos, aspiraciones y preocupaciones ciudadanas, de todo aquello que viene de afuera y queda al margen del espacio público, y así hacerlo asequible para que a partir de allí siga gestándose la creatividad, transformándose en el combustible más importante de la nueva economía. Hoy no día no pueden crecer, crearse o democratizarse las sociedades sin su industrias culturales (Revista Observatorio de las industrias Culturales, N°3, 2005:45).

Frente a la multiplicidad de significaciones que aporta el concepto de industria cultural, es necesario profundizar el nacimiento y la historia del concepto. Desde este ámbito Stella Puente, quien fuera directora nacional de política cultura y cooperación internacional de la secretaría de cultura de la nación Argentina, ha aportado una visión histórica sobre la evolución de la definición de industrias culturales, instalando la problemática de las industrias culturales en la agenda del MERCOSUR. Para ella, el concepto de “industrias culturales” surge de la intercesión entre economía y cultura. El cruce de estos dos ámbitos de producción humana implicó desde un principio una serie de incomprensiones recíprocas separadas por un conjunto de prácticas y saberes específicos, a partir de los cual los actores de la economía y la cultura se miraban desde la desconfianza y la distinción.

Lo anterior se clarifica a través de las palabras de un autor clásico de la ciencia económica, Adam Smith, quien calificó de improductivas las actividades vinculadas al arte y a la religión.

Desde un punto de vista técnico, el argumento es tajante: la cultura vendría a ser el dominio esencial del trabajo no productivo debido a que el gasto en las artes no contribuye ni aporta a la riqueza de una nación.

Es así como la cultura fue considerada como bellas artes o alta cultura, y como tal era promovida y financiada por mecenas. Los reyes de la Europa medieval y renacentista fueron los primeros, junto a la iglesia, en gestionar la creación de obras artísticas, contratar artesanos, y encargar la redacción de libros y la composición de piezas musicales y dramáticas que transmitieran e inmortalizaran sus propios intereses, para así preservar y plasmar sus valores, concepciones del mundo y las distintas pensamientos de la vida que ellos tenían.

Recién en la época moderna aparecerá el Estado como un agente activo en el desarrollo cultural de las naciones, las cuales por entonces eran incipientes. A partir de allí con la ilustración, el modelo francés se convierte en paradigma en la intervención estatal en el campo de la cultural.

Así se cerraba un círculo en el que, por distintos motivos, los economistas y los entes encargados de las políticas públicas despreciaban cualquier asociación entre cultura y economía, o entre arte y negocio.

Cabe destacar que la palabra negocio significa negación del ocio, y las disciplinas artísticas han sido consideradas históricamente desde la perspectiva del ocio.

Con el advenimiento de la cultura de masas a principios del siglo XX, las relaciones entre economía y cultura dieron un vuelco inesperado. Con la modernización de las sociedades varias de las producciones culturales se insertaron en la lógica comercial. La producción industrial y la oferta de bienes culturales por circuitos comerciales masivos significaron una conmoción de fondo en el panorama de la cultura, la economía y la política, que aún hoy permanece irresoluta.

En la década de 1940 surge el concepto de “industria cultural”, según el análisis crítico de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, exponentes principales de la llamada escuela de Frankfurt. Estos autores advirtieron que el proceso de industrialización habría de derivar en una degradación de la cultura en industria del entretenimiento, y alertaron sobre la “resublimación del arte” y utilizaron por primera vez la expresión “industria cultural”.

Así el concepto de “industria cultural” fue cobrando importancia y reformulándose a partir de la emergencia de los medios de comunicación masivos (el desarrollo del cine, la radio y las primeras experiencias de la televisión), con el objetivo de analizar críticamente el proceso de estandarización de los contenidos que estos medios e investigar sus efectos en el escenario social.

En los años sesenta, a partir de la especialización académica, el concepto de industria cultural fue asociado al de cultura de masas. En 1966, Fritzs Machlup, introdujo la categoría de industria del conocimiento, en la que incluía los medios, la publicidad, la educación y las relaciones públicas, de tal manera de realizar un estudio sobre su incidencia económica en el PIB de su país. En 1974m investigadores de la Universidad de Standford llegaron a la conclusión de que la industria de la información representaba el indicador principal en cuanto a empleo en el PIB nacional en la era del capitalismo avanzado.

Durante los años ochenta, la reflexión teórica en torno a las industrias culturales se profundizó y enriqueció a partir de los aportes de la sociología y la economía política de la comunicación.

Una vez iniciados los años noventa, la importancia económica y simbólica de las industrias culturales, reconocible en el alto grado de desarrollo alcanzado hasta entonces por éstas, más su relación intrínseca con una serie de novedades y cambios tecnológicos, las convirtieron en objetos de respeto en vista que el nivel de ganancia y poder eran bastante altas.

La globalización acelerada y la creciente competitividad tecnológica llevaron a que los distintos países comenzaran a cuestionarse el impacto de los sectores vinculados a las industrias culturales, en el marco de las condiciones económicas locales.

## CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

La metodología que se va a utilizar en la presente investigación, corresponde a un estudio exploratorio-descriptivo. Para su realización se aplicará un diseño no experimental transversal descriptivo. Es exploratoria porque el tema de estudio ha sido una materia poco observada en las ciencias sociales, por lo que se pretende lograr un aumento en el grado de familiaridad con el fenómeno a investigar. Por otra parte es descriptivo porque dentro de los propósitos también está el describir situaciones y eventos derivados del comportamiento del cine tanto a nivel nacional como especialmente el desarrollo de este en Valparaíso, especificando y describiendo las propiedades más relevantes. Se caracterizó como no experimental, ya que no se realizará una manipulación deliberada de las variables a estudiar, sino que se efectuara una observación tal cual y como se presenta en la realidad, en un momento determinado del tiempo.

### 3.1 METODOLOGÍA

En la presente investigación se estudiarán las percepciones de cineastas y actores del área audiovisual porteña. Para recoger este tipo de datos es necesario utilizar técnicas cualitativas, en las cuales se analiza la relación del sujeto con su realidad (objeto) desde la praxis.

A su vez, se realizará una exploración histórica del cine en Chile y un análisis económicos de las cifras, para así generar información desde dos fuentes complementarias entre sí que permiten identificar mejor la problemática a estudiar. Para cumplir con lo propuesto en este objetivo se utilizará la estrategia de la investigación documental, se revisarán fuentes secundarias de información.

La producción de información en torno al desarrollo audiovisual comunal, permitirá generar nuevas teorías y supuestos en torno al tema, en conjunto se sumará un análisis breve del desarrollo histórico del cine nacional y el un estudio de las variables que se conciben en el área audiovisual.

Las técnicas de investigación a las cuales se recurrirán serán la revisión secundaria de información a través de la utilización de textos y datos relevantes, además se llevarán a cabo entrevistas en profundidad a los actores de la industria audiovisual comunal, esto producto que se necesita relacionar lo acontecido históricamente en la región con la reproducción de experiencias, percepciones y opiniones por parte de representantes del área.

Así mismo, las entrevistas como producción de información, permitirá analizar y recopilar la diversidad de opiniones y percepciones sobre el tema a investigar, éstas serán de modalidad abiertas de acuerdo a ítems establecidos y se aplicarán a los actores de la industria audiovisual comunal, los cuales se cree serán capaces de brindar la información necesaria sobre el rol que cumplen los distintos agentes tanto estatales como privados al fortalecimiento de la industria cinematográfica audiovisual.

Los actores audiovisuales serán contactados a través de la base de datos obtenida del programa “Industrias Creativas” de la CORFO, el cual se lleva a cabo en Valparaíso, estos sujetos fueron nueve, los cuales brindaron información.

Las entrevistas serán transcritas de acuerdo al análisis de la información adquirida que se realizara a partir de la categorización de extractos obtenidos de los relatos de los sujetos de investigación. Dichos extractos serán relevados de acuerdo a los propósitos planteados en los objetivos establecidos de la investigación. Esta información quedará como documento de trabajo para su posterior análisis, siempre cuidando la identidad del entrevistado y la ética de la confidencialidad, ya que algunas opiniones vertidas en el documento fueron dichas en un ambiente de confianza.

A partir de esto se construirá un análisis interno a partir de los conceptos que guiaron las preguntas realizadas para así construir un razonamiento único en torno a las opiniones dadas de cada entrevistado. Es importante destacar que los criterios de referencia del análisis de los datos son la veracidad, la generalización y la consistencia, todos los cuales proveerán a la investigación la credibilidad necesaria para la generación de información que permita entregar datos confiables para la elaboración de variables en la industria audiovisual porteña.

Los entrevistados fueron sujetos activos en el ámbito audiovisual porteño, quienes desarrollan su trabajo en la zona y que pertenecen a la base de datos del “Programa Industrias Creativas” de la CORFO, sus productoras se nombran a continuación:

MATILDE AUDIOVISUALES

TRINACRIO PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL LTDA.

ALTAIRFILMS

CINESCAPE

ALMAGICO FILMS

LA JOYA PRODUCCIONES LTDA.

DEREJO COMUNICACIONES

VALDIVIA FILMS

JIRAFAS FILMS

CENTRO DE PROMOCIÓN CINEMATOGRAFICA DE VALDIVIA

Al realizar la investigación era necesario tener un punto de referencia en Chile para la comparación del desarrollo audiovisual regional, es por eso que se decidió viajar a la ciudad de Valdivia para comprobar in situ, como era el avance de la producción cinematográfica que tenía la ciudad más importante de desarrollo cinematográfico del país.

De acuerdo a contactos que fueron surgiendo cuando se realizaba la investigación en Valparaíso se tomaron referencias importantes para consultar en Valdivia, estos fueron:

JIRAFAS FILMS

VALDIVIA FILMS

CENTRO DE PROMOCIÓN CINEMATOGRAFICA DE VALDIVIA

CORFO VALDIVIA

De estos entrevistados se tomó su percepción del desarrollo del cine en Chile, la cual era bastante parecida a lo que los entrevistados en Valparaíso pensaban.

De esta manera el proceso de investigación se grafica de la siguiente manera:

### FASE EXPLORATORIA

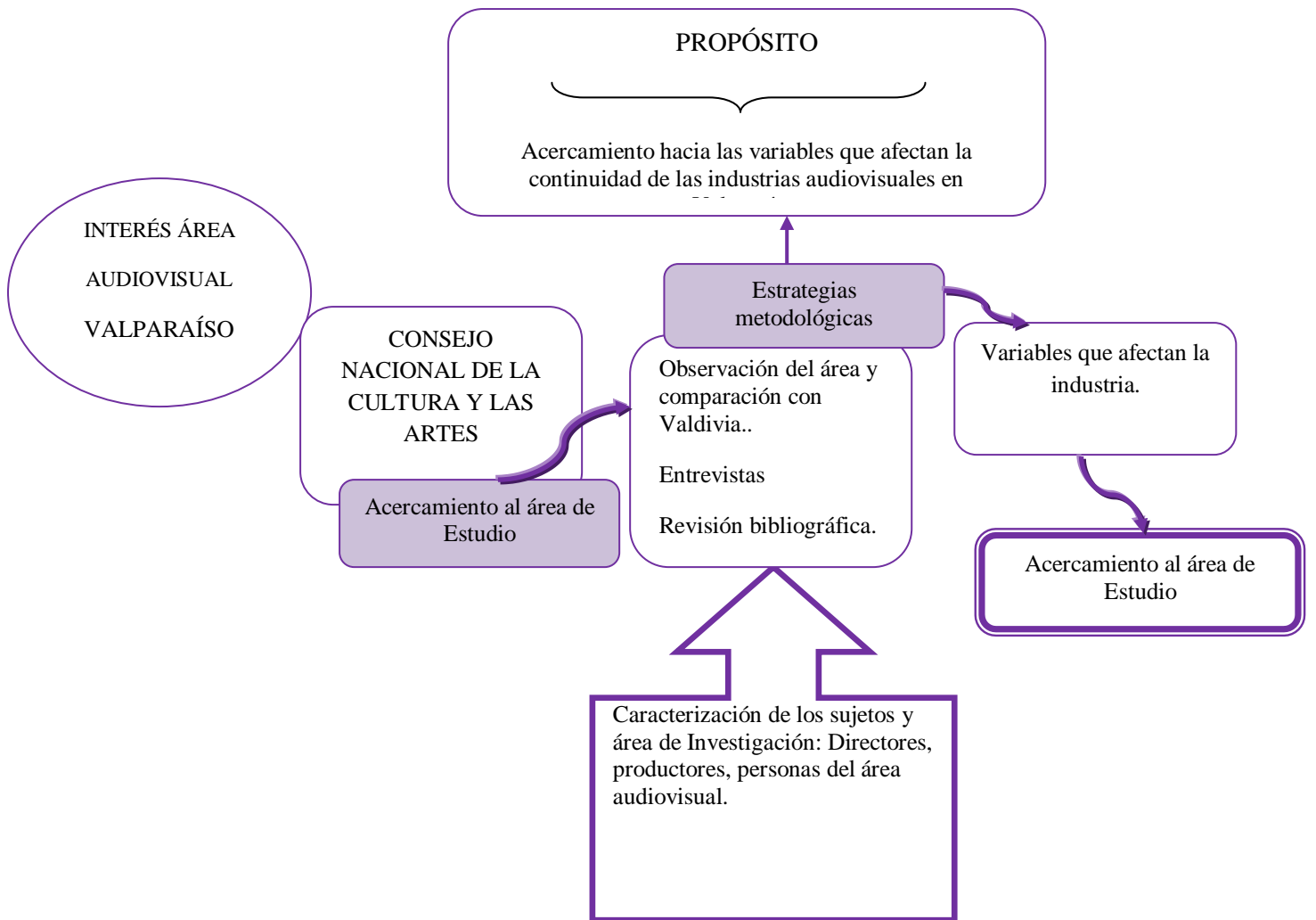


FIGURA 2.

FASE PROFUNDIZACIÓN



FIGURA 3.

## ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



## IV. ACLARANDO CONCEPTOS

La economía creativa pretende dar valorización a la cultura, de acuerdo a esta premisa a continuación se da significancia a tres conceptos relevantes para comprender más en profundidad el tema a tratar.

### 4.1 INDUSTRIAS CREATIVAS

Industrializar la creatividad es parte de la conceptualización de un tipo de economía, es decir, la creativa que se viene gestando desde hace al menos 10 años.

Se definen las industrias creativas como "aquellas actividades económicas que tienen su origen en la creatividad, las habilidades y el talento individual, y que tienen el potencial de crear riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la actividad intelectual"<sup>4</sup>

El término industria creativa supone un conjunto más amplio de actividades que incluye a las industrias culturales más toda producción artística o cultural, ya sean espectáculos o bienes producidos individualmente. Las industrias creativas, por lo tanto, "son aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial e incluye sectores como la arquitectura y publicidad"<sup>5</sup>.

Algunas de sus características son:

- Ser una fuente de empleo sostenible ya que son menos volátiles que otros trabajos.
- Por lo general son intensivas en el trabajo y no en capital.
- Se basan en el conocimiento local, el cual no es accesible en otro lugar del mundo por lo que cuentan con un importante potencial de exportación.
- Tienden a estar fuertemente conectadas, generando y formando redes.
- Contribuyen en la calidad de vida de los ciudadanos mediante el fortalecimiento de la identidad cultural. De esta manera contribuyen a la cohesión social.

Las industrias creativas tienen un amplio objetivo, manejando la interacción de los diversos subsectores, extendiéndose desde la artesanía tradicional a la literatura, desde las artes visuales y dramáticas hacia los campos más orientados a la tecnología y a los servicios, como el audiovisual, el diseño y los nuevos medios. La clasificación de la UNCTAD de las industrias creativas se divide en cuatro categorías: patrimonio cultural, artes, medios y creaciones

---

<sup>4</sup> Mapeo de las Industrias Creativas en Bogotá y Soacha, 2002. Esta definición se basa en la adoptada por el Departamento de Cultura, Medios y Departes, DCMS del Reino Unido.

<sup>5</sup> UNESCO

funcionales. Esas categorías se subdividen en ocho áreas según se muestra en el siguiente esquema<sup>6</sup>:

#### CLASIFICACIÓN UNCTAD INDUSTRIAS CREATIVAS

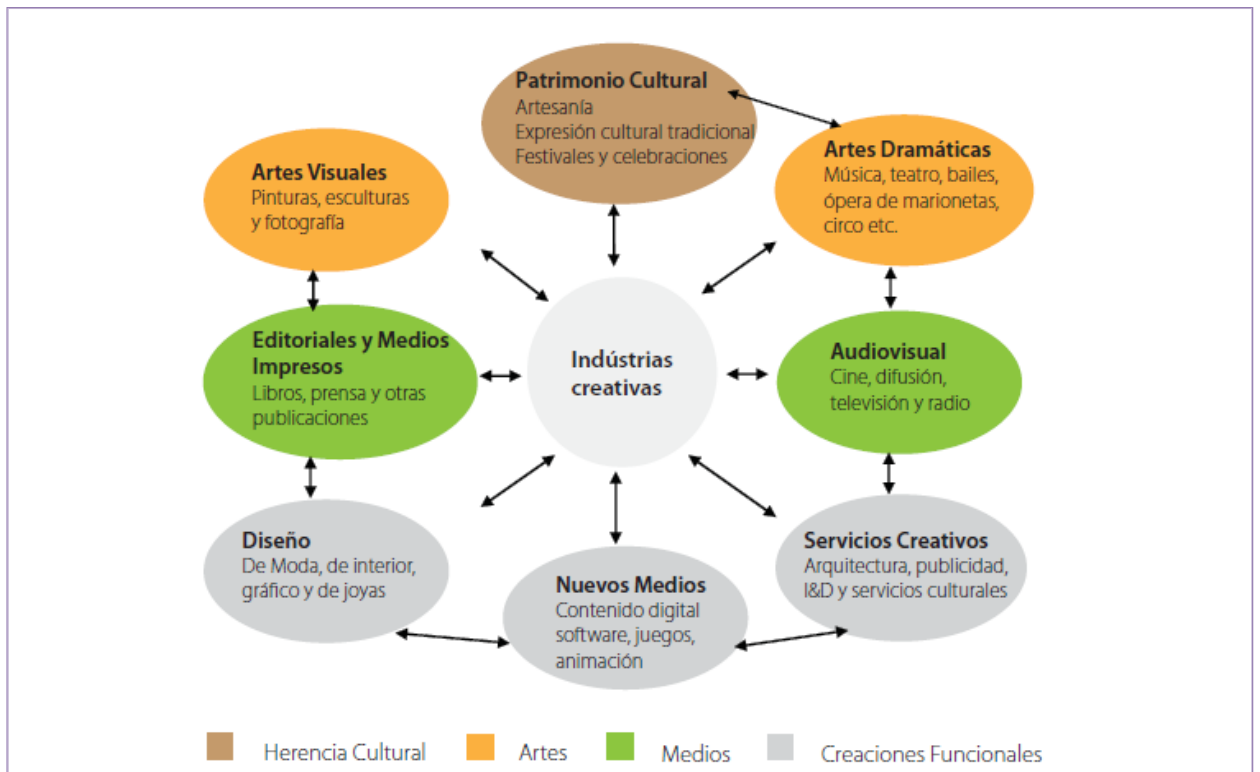


FIGURA 5.

#### 4.2 INDUSTRIAS CULTURALES

En la economía creativa existen distintas partes que la componen, dentro de estas están las Industrias Culturales las cuales tienen como único objetivo ponerle un valor y una significancia a la cultura por medio de la creatividad.

Según Ramón Zallo, destacado investigador español, esta industria se define como un “conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas para un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinados finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”<sup>7</sup>.

Estas existen “cuando los bienes y servicios culturales son producidos reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo a patrones industriales y comerciales; es decir, a gran

<sup>6</sup> Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo. Ana Carla Fonseca, Sao Paulo, año 2008, pág. 65

<sup>7</sup> Economía de la comunicación y la cultura. Ramón Zallo, Madrid, año 1988, pag. 38

escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural”.<sup>8</sup>

Durante la Tercera Reunión de la Comisión Técnica de Industrias Culturales de los países integrantes del MERCOSUR, realizada en Buenos Aires en el año 1997, se planteó la siguiente caracterización: “Más allá de las definiciones que han propuesto los expertos en administración y gestión cultural, podríamos caracterizar como industrias culturales a aquellas que a partir de una creación individual colectiva, sin una significación inmediata utilitaria, obtienen productos culturales a través de procesos de producción de la gran industria”. Esta definición solo está concebida para las industrias del libro, la música y el cine.

La UNESCO hace una descripción acabada de esta rama industrial de acuerdo a cinco características específicas:

- Su materia prima es una creación protegida por derechos de autor y fijada sobre un soporte tangible o electrónico.

- En ellas se incluyen los bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos y producidos, conservados y difundidos en serie, con circulación generalmente masiva.

- Poseen procesos de producción, circulación y apropiación social.

- Están articulados bajo las lógicas del mercado y la comercialización o tienen el potencial para entrar en ellas.

- Son lugares de integración y producción de imaginarios sociales, conformación de identidades y promoción de ciudadanía”<sup>9</sup>

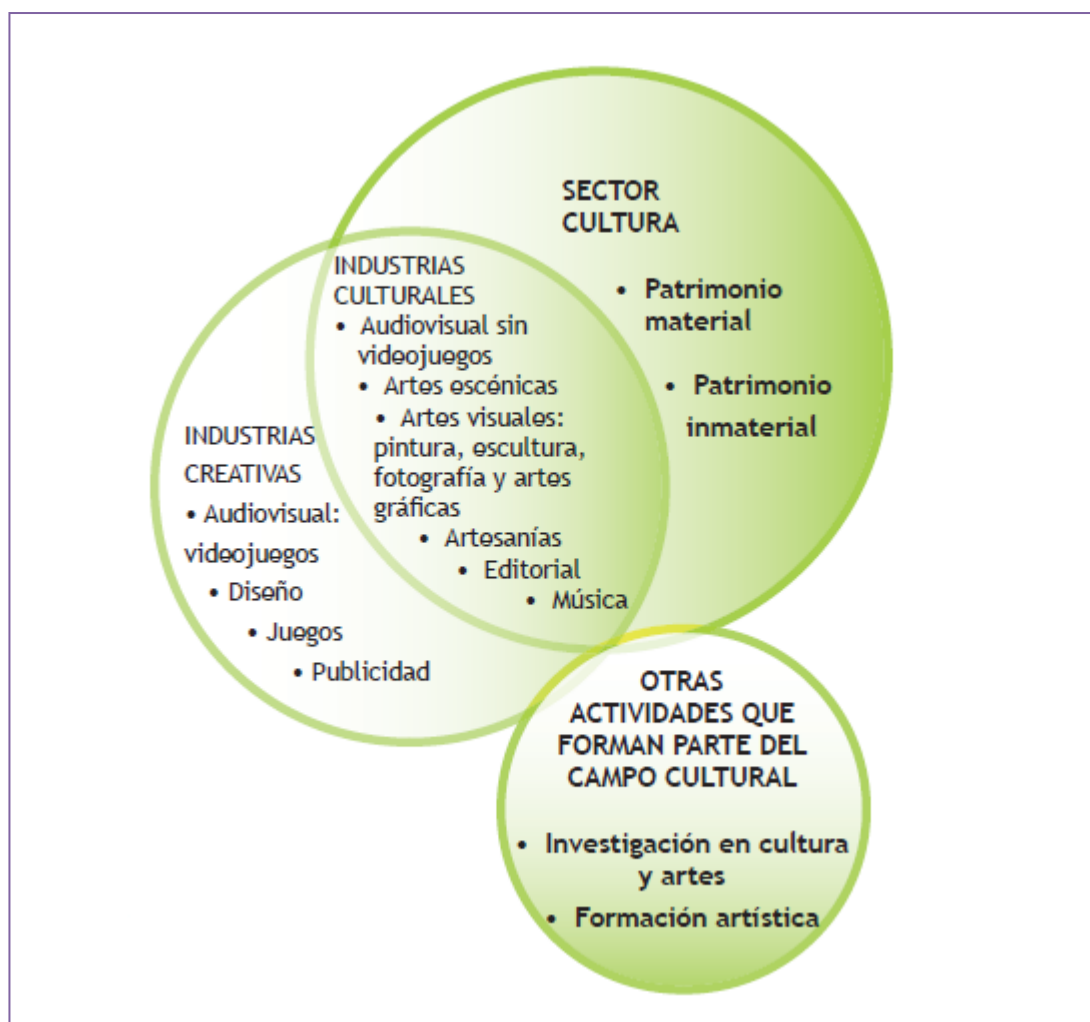
---

<sup>8</sup> UNESCO, “Industrias culturales: Un desafío para el futuro de la cultura”. París 1982

<sup>9</sup> Revista Observatorio de Industrias Culturales, N°3, 2005 pág. 37

## INDUSTRIAS CREATIVAS E INDUSTRIAS CULTURALES

FIGURA 6.



Esta figura<sup>10</sup> contiene tres universos en los cuales se manifiestan tres áreas de estudios identificadas por el Convenio Andrés Bello estas son: el sector de la cultura, las industrias creativas y otras actividades que forman parte del campo cultural, las actividades incluidas en cada conjunto corresponden a las que se acordaron en el “Convenio Andrés Bello”<sup>11</sup> para América Latina.

### 4.3 INDUSTRIAS AUDIOVISUALES

Para conceptualizar a las Industrias Audiovisuales, se citará a la investigadora española Carmina Crusafon quien las define como:

*“Por industria Audiovisual entendemos aquella que pertenece al sector de la economía de la cultura, que produce bienes y servicios, que son el resultado de un conjunto de actividades que intervienen en la producción, distribución y exhibición de imágenes sobre distintos soportes.*

<sup>10</sup> Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas, República de Colombia, Ministerio de Cultura, Centro de estudios regionales cafeteros y empresariales, 2005 pág.14

<sup>11</sup> El Convenio Andrés Bello es un tratado que dio origen a la organización internacional de integración cultural, educativa y científica-tecnológica, Convenio Andrés Bello -CAB- de la que hoy forman parte diez países hispanohablantes Colombia, Bolivia, Chile, Ecuador, Perú, Venezuela, Panamá, España, Cuba y Paraguay.

*Se trata de una industria que tiene tres sectores principales: el cine, la televisión y el video, aunque los avances tecnológicos hacen que las fronteras entre ellos sean cada vez más borrosos y se integren nuevos servicios que se encuentran a caballo entre los tres sectores tradicionales. Asimismo, se caracteriza por tener una naturaleza dual, económica y cultural, que hace que sus actividades se encuentren en el centro de la encrucijada entre los siguientes ámbitos: la economía, la política y la cultura.”<sup>12</sup>*

Las Industrias Audiovisuales presentan rasgos propios porque es un sector muy homogéneo y diverso, presenta líneas muy difíciles de definir entre las distintas actividades que se realizan ya que para llegar al producto final todas se producen, se distribuyen y se comercializan.

Este sector se caracteriza por ser “*un sector con gran intensidad de trabajo (labor intensive) no “mecanizable”, donde la productividad no crece (o crece muy lentamente) con el aumento de las inversiones fijas. Por eso se ve obligada, para sobrevivir, a renovar constantemente sus productos, pero el proceso productivo en este campo ofrece muy pocos márgenes de innovación. Una vez, una película, el libro o el ensayo científico son puestos en el mercado ya no hay oportunidades de innovación y de mejora o adaptación del productos. En otros términos, la realización de productos culturales ofrece pocos márgenes a las economías de escala y a la innovación del proceso, mientras que la innovación del producto es mucho más rígida que en los demás sectores.”<sup>13</sup>*

Debido a esta diferencia estructural en la industria audiovisual las estrategias de desarrollo se limitan a la fase de reproducción y distribución porque solo en estas fases se puede innovar abaratando costos e implementando las ventajas competitivas.

La industria audiovisual posee la cualidad de que sus productos adquieran singularidad y no sean como el resto de los demás; así mismo la televisión y el cine tienen características inusuales ya que se les descuenta un impuesto cultural especial cuando son comercializadas a nivel internacional, además son bienes de consumo compartido y pueden tener beneficios externos incalculables.

El descuento cultural es porque los espectadores de los mercados en los que ha sido introducido los productos audiovisuales importados encuentran difícil identificarse con el estilo, valores, historia, instituciones, mitos y el entorno físico representado en el producto audiovisual, así mismo las diferencias lingüísticas obligan a doblar o a subtítular reduciendo el atractivo del producto audiovisual.

El bien audiovisual es de consumo compartido, es decir el hecho que una persona vea un programa o una película no agota el producto ni desvirtúa el valor de la experiencia al verlo. Un espectador adicional no tiene efecto en el costo original de la producción.

Los productos audiovisuales producen beneficios externos ya que crean beneficios para los consumidores que no son buscados directamente por el productor. Los beneficios externos se pueden concebir como efectos laterales positivos que resultan del hecho de ver el producto

---

<sup>12</sup> Políticas e Industrias Audiovisuales en México: Apuntes y Diagnósticos, Rodrigo Gómez García, pág. 194.

<sup>13</sup> La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación, Bosh Casa Editorial Barcelona, Año 1994, pág. 238

audiovisual. Por ejemplo sucede que se puede desarrollar el turismo en la zona dónde se filmó el producto audiovisual.

El funcionamiento de la industria audiovisual también tiene su lógica la cual obedece a un modelo tradicional audiovisual, las que también son un rasgo distintivo de esta industria ya que se trata de productos que no pueden ser interrumpidos, tienen un amplio alcance y deben ser constantemente renovados, esta capacidad se ve poco a poco sustituida por la innovación del mercado en el cual predomina una lógica de transición hacia la televisión pagada con nuevos servicios que se pagan por ver y por supuesto el cambio en el gasto y en el consumo audiovisual.

Hoy vemos que las múltiples ofertas de televisión pagada van en aumento, ya que el consumidor está dispuesto a adquirir nuevos productos para satisfacer su necesidad.

“La industria audiovisual es un sector en plena mutación ya que las nuevas tecnologías de la información van a comportar infaliblemente una internacionalización y una globalización del mercado, debido a la multiplicación de las cadenas (tanto de cine como de televisión), a la emergencia de las nuevas tecnologías que permiten el desarrollo de las transmisiones audiovisuales internacionales, es decir, intercontinentales (satélites, cable), a la diversificación de los medios de grabación y a la puesta en marcha de nuevos servicios”.<sup>14</sup>

#### 4.4 CINE

“El cine es la creación colectiva de contenidos simbólicos (obras cinematográficas), como lo es cualquier otra forma de expresión artística, pero es al mismo tiempo, producción industrial de “manufacturas” culturales (películas). Integra desde hace más de un siglo, el campo de las industrias culturales, donde convergen esas dos dimensiones principales sobre las que afirma su existencia: la económico-industrial y la ideológico-cultural.”<sup>15</sup>

El cine como cualquier otra industria cultural tiene procesos de producción los que consisten en el diseño, la producción y la comercialización de productos audiovisuales.

Para Octavio Getino, investigador de la industria audiovisual latinoamericana, la actividad cinematográfica está compuesta por cuatro agentes principales: la producción, la distribución, la exhibición y los servicios.

En la producción se pueden identificar al menos tres tipos diferenciables de empresas, a continuación se especifican:

1- Empresas de producción estable: son aquellas de carácter privado o estatal, dedicadas a producir periódicamente un determinado número de películas para lo cual cuentan con estudios y equipamiento propio, y personal administrativo, técnico y artístico contratado de manera permanente.

2- Empresas de producción independiente: Es el tipo más común en Latinoamérica, son las que pertenecen casi siempre a directores de cine, con una capacidad productiva de una película cada uno o dos años. No poseen, salvo en algunas

---

<sup>14</sup> L'actualité du droit de l'audiovisuel européen, Carine Doutrélepon, 1996, pág. 19

<sup>15</sup> Cine y televisión en América Latina producción y mercados, Octavio Getino, 1998, pág. 17

excepciones, estudios, equipos o infraestructura productiva propia, ni el personal técnico o artístico permanente.

3- Empresas de producción circunstancial: constituyen la marginalidad de la producción y se limitan a intervenir excepcionalmente en la concreción de alguna película por razones diversas, como evadir impuestos, incursionar en el mundo del espectáculo y la cultura, obtener estatus, facilitar la labor de algún actor, actriz o director amigo, entre otros.

La distribución cinematográfica es el punto intermedio entre la producción y las salas de cine u otros espacios de comercialización como la televisión y el video. Existen diversos tipos de compañías distribuidoras como las que se señalan a continuación:

1- Distribuidoras extranjeras: Dependen de la casa matriz radicada en el exterior, como sucede con las majors norteamericanas<sup>16</sup>; cada país tiene su Film Board<sup>17</sup> que se conforman en cámaras de comercio o de distribución facturando a los países sede las ganancias que deja la comercialización de las películas presentadas.

2- Distribuidoras locales: Son empresas nacionales que comercializan películas de productoras locales o extranjeros, con porcentajes sobre las entradas o comprando los derechos de comercialización, para salas de cine, televisión y video. Cuentan con una mayor autonomía operativa y un mayor conocimiento en cuanto a gustos, condiciones y mercados locales.

3- Distribuidoras nacionales: Son empresas conformadas por capitales locales que se dedican a la comercialización de filmes nacionales. En algún momento fueron subsidiadas de las grandes empresas productoras de cine pero debido a la baja producción y el cierre de los grandes estudios se vieron obligadas a tomar los campos de la televisión y el video para subsistir.

4- Distribuidoras alternativas: Aparecieron debido a la falta de espacios para difundir películas de 16mm. Estas se utilizaban especialmente para actividades en espacios más cerrados y de discusión intelectual y sociocultural, como en cine club, cine debate o difusión cultural.

La exhibición y difusión de los productos audiovisuales es la tercera parte dentro del circuito de procesos productivos. Este es el principal y tiene una gran importancia ya que se vincula directamente con los majors. Habitualmente el comercio cinematográfico está compuesto por uno o dos cadenas de salas que monopolizan la exhibición y determinan lo que la población verá.

Existen dos tipos de empresas de exhibición:

1- Circuitos centrales: Son las salas que vemos habitualmente, con un mayor rendimiento comercial y una programación similar entre salas adheridas.

---

<sup>16</sup> Se refiere a “Majors Norteamericanas” a las productoras con mayores ganancias cinematográficas del mundo: Walt Disney Company, Metro-Goldwyn-Mayer, 20th Century Fox, Warner Bros y RKO.

<sup>17</sup> “Film Board” se refiere a las locaciones que cada país tiene como sucursal de apoyo a las majors, para recaudar el dinero de las películas.

2- Circuitos de exhibidores independientes: Son las salas en donde se exhibe cine de autor o filmes para públicos selectivos, que se limitan a comercializar lo que no le interesa a los circuitos centrales.

#### 4.5 TELEVISIÓN

La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento.<sup>18</sup>

Así mismo es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medio básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como “el medio” que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan. “El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual”<sup>19</sup>

Hoy en día la televisión se ha convertido en un elemento indispensable para la sociedad y constituye uno de los avances más trascendentales de la revolución científico-tecnológica del último siglo.

Con poco más de cincuenta años, la televisión se ha convertido en uno de los pasatiempos más importante y de mayor influencia dentro de la sociedad, es un elemento indispensable de entretenimiento, información y ha llegado a funcionar como un complemento más de la sociedad, con una disponibilidad y alcance de 24 horas de funcionamiento, lo cual hace que cualquier persona que tenga un aparato televisivo en casa pueda acceder a las distintas funciones que entrega el medio.

Debido a los estímulos audiovisuales que presenta, la televisión se impone ante cualquier otro medio de comunicación, ya que se implanta en los hogares y en la vida diaria de las personas, hasta llegar a formar parte del conjunto de hábitos de cualquier individuo de nuestra época.

El sector industrial de la televisión cuenta con distintos agentes que forman el sistema de televisión en el país, a continuación se les caracteriza<sup>20</sup>:

- Televisión nacional pública: La infraestructura y la operación son del Estado, y la programación puede ser del mismo Estado o privada (sistema mixto).
- Televisión privada: Los canales son operados y programados por empresas privadas.
- Televisión regional: Cubre un área geográfica determinada y su operación la efectúan empresas industriales y comerciales del Estado. En estos canales, las empresas pueden pausar la publicidad.

---

<sup>18</sup> Revista Estudios Sociales n°82, Artículo de Francisco Fernández Año 1994, pág 36

<sup>19</sup> Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión, M. Cerezo, Grupo Imago, Granada, Año 1994, pág. 16

<sup>20</sup> Impacto económico de las industrias culturales en Colombia, Convenio Andrés Bello, Año 2003, pág. 136.

- Televisión local: Existen canales con y sin ánimo de lucro. Tiene, un área geográfica continua, es decir el área abarcada no debe exceder la extensión de un mismo municipio, distrito o área metropolitana. En el primer caso, la operación es privada y, en el segundo, hecha por comunidades organizadas o instituciones educativas tales como colegios y universidades, o por fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro.

- Televisión comunitaria: La operación es realizada, sin ánimo de lucro, con fines educativos, recreativos, culturales, por las comunidades organizadas. Para tener acceso a este sistema se debe tener una afiliación (puede tener un precio), es decir la televisión es cerrada.

- Televisión por suscripción: Los operadores son empresas privadas. Tiene tres niveles de cubrimiento: zonal, municipal y distrital. Es un sistema de televisión cerrada: solo tienen acceso a ella quienes pagan por el servicio.

#### 4.6 FINANCIAMIENTO DEL CINE EN CHILE

Las instituciones que financian el área audiovisual en Chile son: FONDART por medio de su fondo de Fomento Audiovisual, CORFO, CVTV, PROCHILE y la DIRAC (Dirección de asuntos culturales).

El Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura, FONDART, financia en su totalidad o en parte proyectos de creación y producción de diversas manifestaciones artísticas, entre los que se cuentan numerosos proyectos de producciones audiovisuales.

Las líneas del Fondo de Fomento Audiovisual, dependiente del CNCA, tiene las siguientes líneas de acción:

- Difusión y Promoción de Obras Audiovisuales Nacionales e Implementación de Equipamiento.
  - Investigación y Actividades Formativas
  - Becas
  - Creación Audiovisual
  - Producción de Obras Audiovisuales de Largometraje y Mediométraje
  - Fomento a la Producción de Guiones
  - Ampliación a 35mm.

El Consejo Nacional de Televisión, CNTV, entrega su Fondo de Fomento a la Calidad desde el año 1993, este se entrega a productores independientes y a canales de televisión para la producción de programas televisivos.

Actualmente cuenta con dos líneas, el Fondo CNTV y el Fondo Antenas.

El año 2011 a través de su Fondo Concursable CNTV entregó \$4.293.737.000 millones, los cuales se repartieron en catorce categorías:

- Miniserie Histórica y Documentales Históricos Ficcionalizados.
- Ficción.
- No Ficción.
- Programas de Procedencia o de Interés Regional.
- Programas orientados al público infantil de 3 a 6 años.
- Programas orientados al público infantil de 6 a 12 años.
- Nuevas temporadas de programas ya financiados por el Fondo CNTV.
- Apoyo a la difusión de documentales nacionales ya producidos.
- Microprogramas.
- Programas de procedencia e interés local.
- Programas unitarios para la televisión (Telefilms)
- Telenovelas.
- Co-producciones internacionales.
- Premio Matta.

El Fondo Antenas corresponde a un financiamiento para la habilitación de señal de televisión en zonas apartadas, extremas, fronterizas o con alto índice de pobreza donde no existía señal de televisión de libre recepción. Actualmente 102 localidades han obtenido este beneficio en las cuales se han instalado un total de 256 canales de libre recepción, para el año 2011 el CNTV entregó para esta línea de financiamiento un total de \$189.992.000 millones.

La CORFO por su parte, ha implementado su Programa de Fomento al Cine y a la Industria Audiovisual, este tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la industria promoviendo la ejecución de proyectos para el cine y la televisión, llevados a cabo por productoras audiovisuales. Del mismo modo, tienen su Programa de Preinversión, el que brinda apoyo al proceso de comercialización y distribución de producciones audiovisuales chilenas o co-producciones chilenas en territorio nacional y otros mercados.

Los proyectos se enmarcan series de televisión o cinematográficos que tengan más de un capítulo y corresponda a los siguientes géneros:

- Ficción
- Reportaje
- Documental
- Animación
- Infantil.

CORFO co-financia hasta el 70% del valor total del proyecto previamente avaluado y seleccionado con un tope de \$18.000.000, el plazo mínimo de ejecución es de seis meses. Los

proyectos deben ser presentados por productoras o personas naturales dedicadas al ámbito audiovisual que demuestren ventas netas en el último año que no excedan las 100.000 U.F

Las actividades que subsidia son:

- Guión definitivo
- Presupuesto de Producción
- Plan de Negocios
- Descripción de Personajes
- Investigación Documental/Periodística
- Casting
- Locaciones
- Libro de Diseño de Arte
- Carpeta para Inversionistas
- Guión Técnico

PROCHILE realiza acciones destinadas a promover el cine chileno en el extranjero, apoyando la participación de películas chilenas (de largo o cortometraje de ficción o documental) tanto en la selección oficial como en competencia de Festivales de Cine clase A (se entiende por Festivales de Cine clase A, a los que están reconocidos por la Federación Internacional de Asociaciones de Productores Fílmicos) mediante acciones de marketing que promuevan la participación.

La Dirección de Asuntos Culturales (DIRAC), mediante su Programa de Apoyo a la Difusión Audiovisual en el Exterior, busca participar en certámenes y espacios cinematográficos especializados y de reconocimiento mundial. La iniciativa incluye áreas de largometraje, cortometraje, documentales, muestras especiales y apoyo a festivales nacionales de cine.

El apoyo que DIRAC entrega se concreta principalmente, en la incorporación de las películas y realizadores chilenos en diversos festivales u otros espacios dedicados a la promoción del cine nacional en el del mundo, así como en el proceso de subtítulo de las cintas.

Así mismo, la DIRAC gestiona acuerdos de co-producción cinematográficos con otros países que buscan potenciar la producción cinematográfica. Recientemente suscribieron un acuerdo de coproducción con el Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográfica.

#### 4.7 ALGUNOS FINANCIAMIENTOS INTERNACIONALES

El financiamiento internacional para la cultura en general en Chile está establecido por relaciones internacionales que lo maneja la Dirección de Asuntos Culturales.

Estas relaciones culturales se entienden como las relaciones que hacen acuerdo a actividades, programas y proyectos culturales, colocando en énfasis la producción de un intercambio de bienes, personas, capitales, mensajes, valores y programas entre países, convirtiéndose en una de las cuatro dimensiones fundamentales de la política exterior.

La diplomacia cultural bilateral se desarrolla hace ya bastantes años y corresponde a la cooperación internacional entre países, se inicia con la creación de organizaciones gubernamentales y son recíprocas en cuanto a la atención de intereses y necesidades entre ambos países.

La cooperación internacional atiende y se define que sólo se dará entre países desarrollados o en vías de desarrollo, en ese sentido, Chile pertenece a la OCDE por lo tanto es un país que recibe cooperación internacional.

Las oportunidades de optar a estas alternativas de financiamiento o cooperación internacional estarán suscritas de acuerdo a las leyes locales y al respectivo gobierno.

Estos financiamientos corresponden a fondos en dinero para:

- Programas culturales o sociales que promuevan el acceso a la cultura y a la participación.
- Fortalecimiento patrimonial, apoyo para investigadores o puestas en valor y conservación para la identidad.
- Fondos para archivos y conservación de estos.
- Fondos para educación y promoción de habilidades sociales y culturales.
- Fondos para articulación de territorios y fortalecimiento de ejes culturales a través de la gestión.
- Acreditaciones institucionales para ferias, festivales, sellos discográficos, productoras audiovisuales, entre otras.
- Becas, capacitaciones, pasantías, premios para fomentar el ámbito cultural en sus diferentes áreas.
- Intercambios culturales entre ciudades, regiones, festivales, compañías, países en las áreas de: artesanías, artes audiovisuales, artes visuales, grupos folclóricos, teatro, danza.

Además esta cooperación internacional busca las fuentes de financiamiento para un mega proyecto, si se desea hacer por al menos uno de los países tratantes, este se debe gestionar a través del gobierno central de acuerdo a sus respectivas oficinas distribuidas en todo el país (Cooperación Internacional, Ministerio, DIRAC, Protocolos CNCA, DIBAM, etc), el cual llega vía convenio al otro país.

Instituciones Internacionales que entregan financiamiento para proyectos de desarrollo cultural de Chile.

- Centro Cultural del Banco Interamericano de Desarrollo, Financia proyectos pequeños de desarrollo cultural de los países de América Latina y el Caribe.
- Programa ADAI, fondo de ayuda a proyectos acerca de archivos históricos y patrimoniales iberoamericanos pertenecientes a la AECID.

- Proyectos comunitarios APC, Embajada de Japón, este fondo ayuda exclusivamente a Chile, Perú y Bolivia. Está destinado a localidades que no cuenten con apoyo suficiente para incentivar la cultura.
- Fondo Jefe de la Misión HOMF, Embajada de Nueva Zelanda, este fondo está destinado a financiar proyectos de ayuda a pequeña escala, para desarrollar ámbitos productivos relacionados con ámbitos socioculturales y condiciones de vida.

#### 4.8 ANTECEDENTES DE LA HISTORIA EN CHILE DEL CINE

La historia del cine en Chile se comienza a gestar solo ocho meses después de que los hermanos Lumière hayan comercializado el cinematógrafo. La eficiencia en la distribución se debió a las intenciones de Edison de Extender el mercado del kinetoscopio fuera de Estados Unidos.

El cine en sus comienzos fue considerado una fotografía en movimiento, no se le consideró un arte distinto hasta que en 1913 Riccioto Canudo escribe el “Manifiesto de las Siete Artes”, en el cual denomina al cine como el séptimo arte. En esta época el cine era considerado solo para las clases populares, las clases altas no se sentían partidarias e incluso los intelectuales lo rechazaban. Luego con el auge del cine mudo esto cambia, haciendo que no haya diferencias.

#### 4.9 BREVE SINTESIS DE LA HISTORIA AUDIOVISUAL EN CHILE

La historia del cine en nuestro país se va forjando de acuerdo a diferentes hitos que marcan un antes y un después en la historia.

##### Cronología del cine y la televisión en Chile

- **1896-** En Santiago se realizó la primera función pública de cine, el 19 de febrero de ese año un grupo de personas pudo presenciar la magia del séptimo arte.
- **1902-** Se estrena la primera película nacional, la cual duraba tres minutos y mostraba un ejercicio de bomberos en Valparaíso.
- **1902-** El cine norteamericano llega a Chile.
- **1910-** Adolfo Arzúa Rosas, es considerado el primer director de cine nacional, estrenó ese año una película llamada “Manuel Rodríguez”, fue una película argumental y se filmó en Chile completamente.
- **1913-** El cine siempre fue considerado como una fotografía con movimiento hasta que Riccioto Canudo en el año 1913 escribió el “Manifiesto de las Siete Artes” en donde recién fue considerado un arte. Las clases sociales también se vieron invadidas por este arte poco conocido y en nuestro país significó una marcada distinción entre los pobres y los ricos, esto ocurrió hasta la aparición del cine mudo.

- **1914-** Se forma la primera productora de cine nacional a cargo del italiano Salvador Giambastiani quien brinda un gran profesionalismo a la materia enseñando el oficio y dándole realce e importancia a la materia.
- **1920-** Comienza un auge de producción fílmica en manos del propio Giambastiani, Pedro Sienna, Carlos Cariola, José Bohr, entre otros, quienes dan vida a sus propios guiones se posteriormente serán llevados al cine.
- **1925-** Fue el año en el que el cine en Chile experimentó un crecimiento nunca antes visto, las salas de exhibición se iban incrementando en distintos puntos del país.
- **1925-** Se crea el Consejo de Censura Cinematográfica a partir del Decreto Ley N°558.
- **1925-** Se estrenan dieciséis largometrajes nacionales, entre los que destacan está El Húsar de la Muerte, de Pedro Sienna, quien se llevó muchos elogios considerando a esta producción como una de las mejores películas del cine chileno dada su calidad estética y cinematográfica sobresaliente.
- **1926-** El cine mudo hace que se desarrollen distintas empresas cinematográficas en todo el país, es así como Iquique, Antofagasta (considerada el Hollywood chileno), La Serena, Valparaíso, Santiago, Concepción, Valdivia, Puerto Montt y Punta Arenas se convierten en las zonas principales para realizar filmaciones.
- **1929-** Se funda el Instituto de Cinematografía Educativa de la Universidad de Chile.
- **1930-** Se paraliza la producción debido a la falta de conocimiento y medios para realizar producciones sonoras, además por la crisis económica que existe en el país dada la crisis en Estados Unidos.
- **1930-** Calos Borcosque da vida a la primera revista de cine llamada Ecran.
- **1930-** Jorge Délano, viaja por medio de una beca otorgada por el gobierno a Hollywood para aprender el nuevo sistema sonoro para implementarlo en el país.
- **1930-1944** Se filman en Chile veinte largometrajes sonoros, los cuales dividen al público y las clases sociales, los directores más destacados en ese momento fueron Eugenio de Liguoro, Jorge Délano, Patricio Kaulen y José Bohr.
- **1941-** Se crea Chile Films, por medio de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), invirtiendo en equipos de última generación, especialistas técnicos para mejorar la producción nacional y estudios de grabación.
- **1946-** Existen en el país doscientas cincuenta y dos salas de cine.
- **1949-** Fracasa Chile Films, debido a la falta de rigor en sus contrataciones, políticas, excesos indebidos y mala elección de argumentos cinematográficos.
- **1953-** La televisión comienza sus transmisiones, dando vida a la Semana de la Televisión
- **1955-** Se crea el Instituto Fílmico de la Pontificia Universidad Católica de Chile, a cargo de Rafael Sánchez.
- **1955-** Pedro Chaskel funda el cine Club de la Universidad de Chile.

- **1955-** Se funda Diprocine, agrupación de productores y directores de cine, que promueve todas las iniciativas y acciones tendientes a desarrollar la industria cinematográfica nacional<sup>21</sup>.
- **1957-** Nace el Centro de Cine Experimental, a cargo de Pedro Chaskel y Sergio Bravo quienes enfatizan la creatividad en el cine.
- **1959-** Se inaugura la primera estación de televisión chilena a cargo de la escuela de electrónica de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- **1962-** La televisión experimenta un auge con el mundial de Fútbol y se vuelve popular.
- **1962-** El cine se comienza a utilizar como instrumento de debate político, se crean circuitos de difusión para un tipo de cine nuevo, con públicos de poblaciones y fábricas, el cine documental se desarrolla a cargo de los miembros del Grupo de Cine Experimental. Es en estos años cuando el arte se toma como una forma de hacer política.
- **1964-** Sergio Bravo se hace cargo de la campaña electoral de Salvador Allende.
- **1965-** Renace Chile Films, como una propuesta de gobierno de Eduardo Frei.
- **1967-** Por medio de Chile Films nacen dos disposiciones que auxilian la producción nacional, se libera de impuesto a la importación de película virgen de 35mm y se libera de impuesto a la internación de equipos y a las entradas vendidas en las salas donde se exhibía cine chileno.
- **1968-** Se estrenan cinco largometrajes chilenos, de acuerdo con las nuevas disposiciones. Tres Tristes Tigres de Raúl Ruiz, marca un antecedente en el lenguaje cinematográfico chileno, junto a Helvio Soto, Aldo Francia y Miguel Littin, muestran los problemas nacionales con una nueva forma de ver los organismos que se exponían en ese entonces.
- **1970-** Se abre la Escuela de Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en donde se entregan valiosos conocimientos acerca del cine, la televisión y el teatro.
- **1971-** Miguel Littin se convierte en el director de Chile Films, el cual recupera su condición de organismo estatal y el cine chileno presenta un auge bastante grande.
- **1973-** El 11 de septiembre detienen la producción de cine nacional, se derogan los decretos que favorecían la industria nacional y la mayoría de los cineastas chilenos se ven en la obligación de partir a exilio y terminar sus producciones fuera del país, en donde se exhiben.
- **1974-** Se inicia el cine chileno de exilio, producciones nacionales se terminan en otros países con condiciones y sistemas muy distintos a los nacionales.
- **1978-** Se cierra la Escuela de Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- **1979-** Julio comienza en julio de Silvio Caiozzi, elegida la mejor película chilena de todos los tiempos, comenzó a rodarse en el año 1976 y se estrena en 1979, La luna en el espejo

---

<sup>21</sup> El cine en Chile: Crónica de Tres tiempos, Jacqueline Mouesca, 1998 pág. 234

- **1980-** Se comienza a desarrollar el video como una forma de cine alternativa, esto debido a la iniciativa de organismos como ECO, Proceso, Canelo de Nos, Ictus, Vitel y la Vicaría de la Pastoral Obrera.
- **1990-** Se realiza el Tercer Festival Latinoamericano de Cine en Viña del Mar, llamado también como el Festival del Reencuentro.
- **1993-** Se desploman las iniciativas y los festivales no se hacen más, Johnny Cien Pesos, fue la única película estrenada es año.
- **1995-** El Estado amplió los Fondos Concursables a través de la CORFO en montos no reembolsables cedidos por el Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura.
- **1998-** Se estrenan en televisión abierta 8 estrenos nacionales, esto porque las películas nacionales daban logran buenos ratings, cosa que no ocurría en los cine, ya que en ese mismo año solo se estrenaron 4 producciones en los cines.
- **1999-** Se presenta el proyecto de ley de Fomento a la Industria Audiovisual Chilena, para acoger, financiar y fomentar una cinematografía para proyectar su imagen país en el mundo y reforzar la identidad en el territorio, además El Chacotero Sentimental se convierte en la película más vista por los chilenos en el cine, ya que consiguió 792.469 admisiones, esta película marca el encanto del espectador por las producciones nacionales.
- **2001-** Julio, se deroga la Censura Cinematográfica en la Constitución Política del Estado, consagrando, el derecho a la creación artística cultural.
- **2003-** Se crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, a través de la ley 19.891 aprobada por unanimidad en el congreso nacional el 4 de junio de 2003, promulgada el 31 de julio del mismo año por el Presidente Ricardo Lagos, el 23 de agosto fue publicada en el diario oficial, esta nueva institucionalidad le dio curso a nuevos esfuerzos para fomentar la creación y la producción de acciones culturales. Nuevamente el mismo director de El chacotero sentimental rompe el número de admisiones con 990.696 en Sexo con Amor, así esta película se convierte en la más vista por los chilenos.
- **2004-** Se aprueba la ley de Fomento a la Industria Audiovisual, bajo el Gobierno de Ricardo Lagos.

## **CAPÍTULO V. ANÁLISIS DEL CONTEXTO DEL CINE EN VALPARAÍSO Y SUS VARIABLES**

### **5.1 CINE EN CHILE Y VALPARAÍSO**

La lógica del cine en Valparaíso adquiere distintas perspectivas y énfasis de acuerdo a los distintos actores entrevistados. Desde un aspecto analítico, esto expresa la carencia existente de una visión unificada y homogénea sobre el desarrollo de este arte en la ciudad puerto, un crecimiento estancado con ciclos de auge y ocasos, el categórico papel del estado en financiamiento y los esfuerzos de éxito o el fracaso en la consolidación de la industria.

El cine, tanto en Valparaíso como en Chile, actualmente se enfrenta con circunstancias desfavorables relacionadas con un mercado muy pequeño, además la falta de creación de audiencias por parte del Estado afecta no solo a la industria audiovisual, sino que a las distintas ramas del arte.

En el área audiovisual la disminución percibida en torno a la asistencia al cine es atribuida a las nuevas tecnologías existentes, la piratería, la falta de profesionalización y a la presencia de un público poco formado y educado en el ámbito audiovisual.

La gran mayoría de los entrevistados declaran ser partidarios de que el Estado cumple un papel fundamental en materia de desarrollo cultural del país.

Los más importante, para los actores relacionados con los temas artísticos y audiovisuales principalmente, son la generación de una marco legal que promueva las artes, protegiendo la propiedad intelectual, velando por la integración entre los intereses públicos y privados e incluyendo la administración de los recursos en favor del desarrollo de creaciones artísticas, garantizando un acceso igualitario a la cultura fortaleciendo la diversidad y la pluralidad de expresiones y el dinero destinado por medio del fondo audiovisual para el desarrollo de las producciones nacionales.

El Estado, en estos últimos años ha puesto un especial interés en la producción audiovisual y cinematográfica, ya que dentro de la sociedad de masas en la cual vivimos, esta posee un gran potencial de difusor y promotor de culturas, ideologías e identidades.

El Estado puede intervenir en el cine como una posibilidad de comercializar y promover una imagen país que puede ser muy beneficiosa en términos económicos y sociales. Para que esto sea posible, algunos entrevistados plantean, que se debe aumentar la inversión en el ámbito cultural así mismo es de vital importancia lograr integrar las políticas culturales a todos los ámbitos del quehacer público, ya que personas ligadas al ámbito político no le dan la importancia que ameritan estas políticas culturales.

Para que las industrias culturales sobrevivan es fundamental el apoyo del Estado, afirman algunos entrevistados, especialmente en Valparaíso, ya que como “Capital Cultural” debería recibir una mayor inversión, no solo en el ámbito audiovisual, sino que en el ámbito artístico en general. En Valparaíso esta falta de facilitación de parte del Estado, ha provocado que finalmente el cine se desarrolle, en algunos casos, por esfuerzos particulares. Al respecto, algunos productores, señalan que los fondos deben diversificarse, de tal manera de garantizar tanto la pluralidad de las producciones, como el acceso a la población, asegurando la comercialización y distribución de las obras.

El rol del Estado ha sido de vital importancia para el desarrollo de una industria audiovisual incipiente en la zona, destacan algunos entrevistados, llegando a generar una relación de cierta dependencia no del todo beneficiosa para el área, producto que actualmente no es posible vislumbrar que esta industria pueda desarrollarse de forma autónoma y autosustentable en el largo plazo.

Por lo tanto, es posible concluir que actualmente un rol fundamental del organismo estatal en la industria audiovisual, es entregar herramientas o facilidades en todas las etapas de producción, para que el área audiovisual logre consolidarse y pueda ser autosustentable.

Los fondos destinados al área audiovisual así como la distribución y la comercialización de las producciones junto con las leyes laborales, la protección de los derechos de autor y un público no educado son las principales deficiencias que la industria puede visualizar, ya que la desprotección del ámbito perjudica la profesionalización en el rubro.

La ecuación entre fondos e inversiones insuficientes en un arte que requiere de grandes montos, más un público poco educado que se refleja en la baja audiencia, es altamente perjudicial y actúa como un freno para el desarrollo de la industria.

El Estado debe fortalecer dos grandes áreas que son fundamentales para que la industria se pueda desarrollar de una manera próspera:

- Promoción externa: El Estado sabe lo importante que es potenciar la imagen país mediante producciones audiovisuales, ya que se facilita la promoción cultural y turística, aún teniendo en cuenta este argumento, no se han facilitado las labores para elaborar una política clara de comercialización que garantice la igualdad de oportunidades entre los miembros de la comunidad audiovisual.
- Industria Interna: Los productores mencionan que se debe fomentar la institucionalidad del sector en pro de la generación de nuevas alianzas y diálogos para fomentar el desarrollo de la industria audiovisual local.

## 5.2 FUNCIONES Y DEBERES QUE DEBIERA EMPRENDER EL ESTADO EN MATERIA CULTURAL Y AUDIOVISUAL.

Es un tema fundamental para los actores del área audiovisual que el Estado, como ente regulador y creador de aprendizaje, tome un rol estratégico en la concientización de la importancia del cine y el área audiovisual en general, para el país.

Para esto se proponen las siguientes mejoras:

- Formación de público que permita la generación de audiencias. Para ello, se sugiere intervenir tempranamente en la educación escolar, instalando el estudio y la contemplación de las artes audiovisuales.
- Trabajar en la superación de la marginalidad territorial, de modo de garantizar que se cuente en todo el país con salas de cine, en apoyo y fortalecimiento de la descentralización cultural.
- Fomentar el desarrollo de ciclos de cine chileno en la televisión abierta, para que de esta manera se aprecie el arte cinematográfico nacional.
- Generar centros de difusión de las producciones tanto nacionales como locales, ya que son inexistentes.
- Mejorar las ventanas de distribución de las producciones para que de esta forma se vaya generando un mercado.
- Regular la calidad artística de los proyectos para que se cumplan estándares internacionales.
- Potenciar la experimentación y el uso de nuevas tecnologías relacionadas con el área.
- Legislar respecto a las escuelas de cine ya que la formación de profesionales en materia audiovisual se realiza sin una correspondencia respecto a las necesidades requeridas por los mercados laborales, lo cual genera una alta cesantía, falsas expectativas en los jóvenes y una desvaloración del rubro audiovisual.

## 5.3 POSICIONAMIENTO DEL CINE CHILENO EN EL MERCADO

El cine nacional no cuenta con un posicionamiento específico en el mercado internacional, menos el cine que se hace en la zona de Valparaíso, lo cual dificulta la promoción de las producciones, esta es una característica que presentan casi todas las industrias audiovisuales latinoamericanas, tienen muy poca participación y presencia a nivel mundial. Esto se debe principalmente a que no se ha desarrollado una estrategia que permita posicionar al cine chileno en los circuitos cinematográficos mundiales.

Las producciones cuentan con un enfoque más bien local, declaran los cineastas, las cuales presentan claras restricciones idiomáticas, esto implica que necesariamente para salir al mercado internacional, las producciones deben ser subtítuladas, lo cual genera un aumento en los costos.

El cine nacional carece de fondos que estén establecidos para una buena promoción, comercialización y distribución, tampoco existen garantías para la protección de la industria cinematográfica. La falta de estrategias en el ámbito audiovisual se relaciona con la falta de herramientas para generar audiencias esto se ve reflejado en la ausencia de cuotas en pantalla en las salas nacionales de cine.

Por otro lado, los entrevistados señalan y sugieren aspectos que debería contener la estrategia de posicionamiento en el mercado:

- Los avances en esta área se perciben gracias a que en el último tiempo se ha visto la presencia de producciones nacionales en la industria, determinada por la asistencia a festivales internacionales y por las misiones comerciales realizadas. Aún así para que las limitaciones de financiamiento se puedan llegar a superar en algún momento, es necesario considerar las coproducciones y la asistencia al máximo de festivales posibles, para que de esta manera se concreten y se reafirmen las redes tanto de comercialización como de relaciones entre pares.

- El cine nacional tiene una oportunidad potencial de posicionarse como un cine independiente, esto sin dejar de lado, la relevancia que tiene para los cineastas el poder satisfacer mejor los gustos del consumidor audiovisual o de la audiencia.

- Es muy importante generar un valor agregado en todas las etapas de las producciones nacionales, muchos de los entrevistados señalan que es posible adelantarse a los mercados mundiales ofreciendo ventajas comparativas e innovadoras.

- La gestión artística que se percibe en el ámbito debería ajustarse a una mirada más comercial, esto implica una concepción más economicista que cuenta con alianzas internacionales, coproducciones y mecanismos de distribución que permitan su inclusión en los mercados internacionales. Para esto, la asignación de los recursos que se destinan a los filmes debe estar acorde a éstas decisiones de mercado, para estar acorde a la industria, mostrarla y explotarla.

#### 5.4 INDUSTRIA CREATIVA AUDIOVISUAL EN VALPARAÍSO

Si bien, no se puede negar la existencia de elementos que conforman una industria cultural audiovisual en Valparaíso, los actores entrevistados concuerdan en que no se cumple con el requisito básico de autofinanciamiento, lo que es primordial en esta industria ya que el costo de una producción es bastante elevado.

A esto se suman una serie de aspectos que hacen que la industria audiovisual no se pueda conformar en la región como tal, principalmente estas son:

- Inexistencia de público preparado en materia audiovisual.
- Niveles de inversión inadecuados a los requisitos del mercado.
- Falta de una estrategia de comercialización que se especialice y enfoque en la difusión y exhibición.

- Carencia de profesionalización de calidad.
- Condiciones laborales precarias.
- Falta de cohesión entre los participantes.

Por lo tanto la industria que actualmente se lleva a cabo en la región tiene un perfil caracterizado por los siguientes aspectos:

- En relación a la creación artística, los cineastas comentan que el cine al generarse desde una iniciativa particular y no desde una industria cultural audiovisual establecida, ha influido en que la generación creativa y artística se desarrolle con recursos estéticos alternativos y locales acordes a los recursos que entrega el Estado por medio de su Fondo Audiovisual. Al respecto, los productores opinan que no se han logrado implementar técnicas más económicas que permitan disminuir costos y los guionistas agregan que los cineastas deben utilizar eficientemente los recursos y no aspirar a mega producciones ya que no existe el financiamiento adecuado para eso.
  - La dependencia del financiamiento estatal condiciona de cierta forma a la industria, ya que la hace carente de una lógica de mercado.
  - Algunos productores mencionan que existe una diferencia bastante relevante entre las generaciones de cineastas existentes en Valparaíso, los cineastas antiguos que han sobrevivido a la discontinuidad de la producción y una nueva generación de cineastas que han creado un perfil más claro del cine porteño, los que desarrollan una industria emergente.

Las oportunidades de mejora propuestas dicen relación mayoritariamente con las estrategias de comercialización. Los cineastas mencionan que algunos elementos claves tienen que ver con establecer previamente los costos y no esperar los resultados en términos de audiencia para determinar las ganancias.

Los guionistas y productores consideran que es fundamental el posicionamiento del cine porteño como el nacional a un nivel internacional, para lo cual el cine debe apuntar a públicos globalizados que sustenten la inversión, manteniendo una identidad local. De esta manera la industria podría obtener otros tipos de financiamientos para crecer.

Como el cine es parte de la cultura, un grupo de entrevistados, sugiere que el gobierno tanto regional como nacional tomen partido para realizar un cambio de paradigma social en relación a la forma de comercialización de la cultura. Siguiendo la experiencia de otros países, la cultura se mercantiliza y pragmatiza asociada a intereses particulares y menos trascendentales, proceso que en nuestro país no se ha logrado implementar.

Por otro lado se percibe una urgente necesidad de intervenir, fortalecer, integrar y crear aprendizajes en lo referente a gustos, audiencias, formación de públicos y comprensión del área audiovisual, implementando medidas educativas a largo plazo, con alcances significativos y perdurables en el tiempo.

## 5.5 PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN

La publicidad y difusión es una etapa más dentro del proceso de producción cinematográfica y como tal requiere de recursos y tiempo para que se desarrolle de una adecuada manera.

Los productores mencionan que en la práctica, la capacidad de movilización e impacto que tiene la publicidad y difusión hacia el espectador, ha demostrado ser concluyente en el éxito de una película, ya que puede determinar el número de espectadores durante la primera semana, lo cual es vital para que la película permanezca en cartelera y genere altos retornos económicos.

No obstante, señalan que no se le otorga la relevancia necesaria, y se desarrollan producciones que al final solo la pueden ver públicos muy específicos; de esta manera muchas veces se asocia la calidad de una película de acuerdo al público que la fue a ver, pero en muchos casos no existe el público debido a que la difusión no fue la adecuada.

## 5.6 TELEVISIÓN

Para los entrevistados, existe cierta indiferencia desde la televisión hacia la industria audiovisual. La relación que se ha establecido hasta ahora ha sido particular y mediada sólo por aspectos comerciales.

Los productores consideran que existe una falta de compromiso por parte de la televisión, dado que no invierte en el cine. La inexistencia de cuotas de pantalla para reproducir las producciones nacionales es un punto de convergencia entre todos los entrevistados, ya que insisten en que la televisión debería ser una promotora cultural y mostrar las creaciones que existen en el país.

La televisión tiene un importante rol que debiera ser fortalecido en relación a la difusión, familiarización de la audiencia y formación de público. Así mismo, la exhibición de producciones en televisión, garantizaría una entrada económica.

La televisión en las productoras de Valparaíso han tomado en el último tiempo un rol fundamental, ya que gran parte de las productoras entrevistadas, hacen o han hecho una serie para la televisión, esto con fondos del CNTV, de los cuales solo algunos han sido exhibidos y no en televisión pública, sino en la señal pagada.

## 5.7 EL CINE Y LA IDENTIDAD

Los actores entrevistados coinciden en señalar que el cine actúa desde dos perspectivas, por un lado es un receptor de los aspectos identitarios de una determinada zona y por otro, es un generador de imagen país. No obstante, un tema a nivel local se convierte en una convergencia a nivel nacional, en torno a la capacidad que tiene el cine en generar ambos aspectos.

Por una parte, la identidad audiovisual del cine porteño no queda exenta de la histórica y tergiversada discusión que se ha generado en torno al “ser porteño” o al “ser chileno”.

Este complejo aspecto lleva a que los productores planteen que hay temáticas que se identifican fuertemente con el cine, tanto a un nivel local como nacional, como por ejemplo los aspectos políticos, étnicos y de derechos humanos. No obstante, los guionistas cuestionan que la identidad audiovisual logre representar a todos los sectores de la sociedad ya que estos tienen matices infinitos.

Mencionan también que las producciones que ellos realizan parten de la premisa que la identidad no es estática sino cambiante, por ende lo que ellos plasman es un momento particular; muchos de los cineastas porteños mencionan que ellos se mantienen gracias a los públicos de nicho, los cuales son fieles a las producciones que realizan, ya que entienden la identidad de estos.

Los actores entrevistados mencionan que la imagen proyectada puede ser altamente fructífera en términos económicos y culturales, ya que lo que se muestra en las producciones actúa como puente entre la cultura local y global.

## 5.8 ESTRUCTURACIÓN DE REDES

Para la realización de las distintas producciones que se llevan a cabo en la ciudad porteña, existe la clara visión de un trabajo mancomunado, es decir trabajar en redes para llevar a cabo de la manera más óptima el trabajo.

Para realizar cine se necesita contar con equipos especiales los cuales se van optimizando continuamente, por lo tanto es imposible que todas las productoras existentes en la zona puedan contar con esta tecnología, es así como se unen entre sí para prestar los equipos que disponen para que se pueda realizar la producción con estándares internacionales.

## 5.9 OTROS ASPECTOS PLANTEADOS POR LOS ENTREVISTADOS

Los cineastas entrevistados mantienen su percepción de que la vocación es el eje central para la producción cinematográfica, y en ese sentido, el interés para producir está más relacionado con las emociones personales que con los criterios económicos.

Así para mantenerse en la industria, se requiere de habilidades estratégicas de gestión y pasión por el arte cinematográfico. La potencialidad del cine está en generar ventajas comparativas mediante la diferenciación, y no en la búsqueda de similitudes con otros cines.

## CAPÍTULO VI. CONTEXTO Y ANÁLISIS LOCAL

El sector Audiovisual en Valparaíso, lo compone un total de 60 emprendimientos registrados según el último informe de Industrias Creativas 2011, 48 empresas se dedican a producir películas, y otras tantas se dedican a producir servicios audiovisuales no relacionados con la producción de obras cinematográficas. Existe una consolidación de varias empresas, ya que existe una mayor especialización de la oferta de servicios y una búsqueda por clientes internacionales lo que hace que el sector se dinamice y aumente la producción.

El cine en Valparaíso se desarrolla de una manera muy particular, estas respectivas características se describen a continuación

### 6.1 ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN EN EL ÁREA

Las industrias audiovisuales a nivel local se engloban en cuatro grandes áreas:

- **Actividades Creativas:** creación de contenidos, guiones o libretos, dirección, diseño de imagen, diseño de iluminación, creación de coreografías, composición musical, diseño de vestuario, maquillaje y ambiente, diseño de sonido y ambiente, diseño de efectos especiales, producción de películas, postproducción, actuación, traducción.
- **Actividades Industriales:** rodaje de películas, producción de animación, fabricación de escenarios, manufactura de equipos, postproducción.
- **Actividades de Servicios:** grabación sobre pedidos, estudios de grabación, almacenamiento temporal y envío de cintas y películas, cine publicitario, servicios de apoyo al cine, servicio de producción, publicidad, preservación y restauración de cintas, educación formal para cine y video, manejo de derechos, productor, servicios de fotografía.
- **Actividades Comerciales:** distribución, exhibición en salas de cine, televisión, venta y arriendo de videos, crítica de cine, festivales.

### 6.2 EDUCACIÓN

El desarrollo formativo está a cargo de cinco entidades, públicas como privadas para su perfeccionamiento estas son:

- Cine, Universidad de Valparaíso
- Postítulo: Estudios de Cine, Universidad de Valparaíso
- Cine, Video y TV, Universidad del Mar
- Cine y Comunicación Audiovisual, Universidad de Viña del Mar
- Comunicación Audiovisual, Instituto Profesional DUOC UC
- Técnico Audiovisual, Instituto Profesional DUOC UC
- Tecnología en Sonido, Instituto Profesional DUOC UC
- Comunicación Audiovisual Digital, Instituto Profesional Santo Tomás.
- Cine, Instituto Profesional ARCOS

- Comunicación Audiovisual, Instituto Profesional ARCOS
- Post Producción en video digital, Instituto Profesional ARCOS
- Cámara de video y TV, Instituto Profesional ARCOS

### 6.3 ESPACIOS DE EXHIBICIÓN

Los espacios de exhibición que se encuentran en Valparaíso son: Cine Hoyts Valparaíso, con un total de 1.123 butacas, el cual se dedica a exhibir películas comerciales extrajeras, el Cine Central/Sala Insomnia y Cine Condell los cuales se dedican a exhibir películas de la industria pornográfica.

En la ciudad de Viña del Mar existen, al igual que en Valparaíso, tres cines: Cine Arte, el cual cuenta con una sala y 432 butacas, se especializa en pasar películas de cine arte, CineMark Mall Marina Arauco con seis salas y 1.247 butacas y el CineMark Zona Urbana con ocho salas y 1.791 butacas los cuales exhiben películas comerciales.

También en Valparaíso existen salas que se usan en ocasiones para presentar ciclos de cine, como la Sala Rubén Darío de la Universidad de Valparaíso, la sala Obra Gruesa de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Las películas que se exhiben en estos ciclos son especialmente de cine arte o alternativas.

### 6.4 FESTIVALES

En la comuna se desarrollan variados Festivales, los cuales de a poco se han ido posicionando a nivel nacional y en la escena internacional.

- Festival Internacional de Cine de Viña del Mar, FICVIÑA el cual comienza el año 1967, su segunda versión fue el año 1969, con la llegada de la dictadura su realización de estancó, pero con el regreso de la democracia en los 90 se inicia nuevamente, ese año fue el único que no tuvo un carácter competitivo, sino de reencuentro. Este festival muestra obras cinematográficas de América Latina, el Caribe e Ibero América y tiene un carácter competitivo.
- Festival Internacional de Cine Recobrado Valparaíso, ex Festival Internacional de Valparaíso, nace el año 1997 y se ha dedicado al culto y a la tradición histórica de la cinematografía.
- Festival Internacional de Cine Digital de Viña del Mar, FCD comienza a gestarse el año 2003 y es el único festival en Chile y en Latinoamérica que se dedica a potenciar el formato digital.
- Festival de Cine de Cine Político Social y de Derechos Humanos, se dedica a exhibir producciones enfocadas a la política, la cultura, lo social y la defensa de los derechos humanos, se comenzó a realizar el año 2007.

- Muestra de Cine Arte Universitario, es una actividad que desarrolla la Escuela de Cine, de la Universidad de Valparaíso dedicada exclusivamente a la exhibición de obras de artistas chilenos.

- Rapa Nui Film Fest, es un festival internacional de cine latinoamericano, el cual se lleva realizando hace tres años y su principal objetivo es integrar a través del cine la cultura rapanui con la chilena y la latinoamericana.

- Festival de Cine de Estudiantes Secundarios, es un festival desarrollado por la Universidad de Valparaíso, el cual tiene como objetivo principal fomentar la creación cinematográfica de los estudiantes secundarios a través de foros vinculados a la realización cinematográfica, la producción y la actuación.

- Festival de Cine de Efectos Especiales, “Chile Fixion”, es un festival organizado por alumnos de INACAP, el cual tiene como objetivo rescatar los efectos especiales de las películas de taquilla mundial, así mismo tiene una competencia con cortometrajes que muestran obras de efectos especiales.

- Muestra “Miradas al Cine por Directoras Chilenas y Extranjeras”, esta muestra busca principalmente fortalecer la imagen de la mujer como directora de producciones cinematográficas tanto nacionales como internacionales.

**CAPÍTULO VII. FONDOS ENTREGADOS POR EL CNCA A TRAVÉS DEL FONDO AUDIOVISUAL.**

Los fondos para el desarrollo audiovisual es un aporte fundamental para el desarrollo de producciones locales, ya que es la principal fuente para elaborar una película.

A continuación se detallan los fondos adquiridos en la comuna.

**7.1 FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2006, A VALPARAÍSO**

Línea	N° de Proyectos	Monto Adjudicado
Creación y producción de obras audiovisuales	12	\$107.777.450
Formación profesional	2	\$4.308.216
Investigación y Capacitación	2	\$16.988.112
Difusión y Exhibición de Obras Audiovisuales Nacionales	3	\$29.858.231
Implementación de Equipamiento para el Desarrollo Audiovisual	2	\$11.396.709
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>\$170.328.718</b>

FIGURA 7.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos entregados por el CNCA.

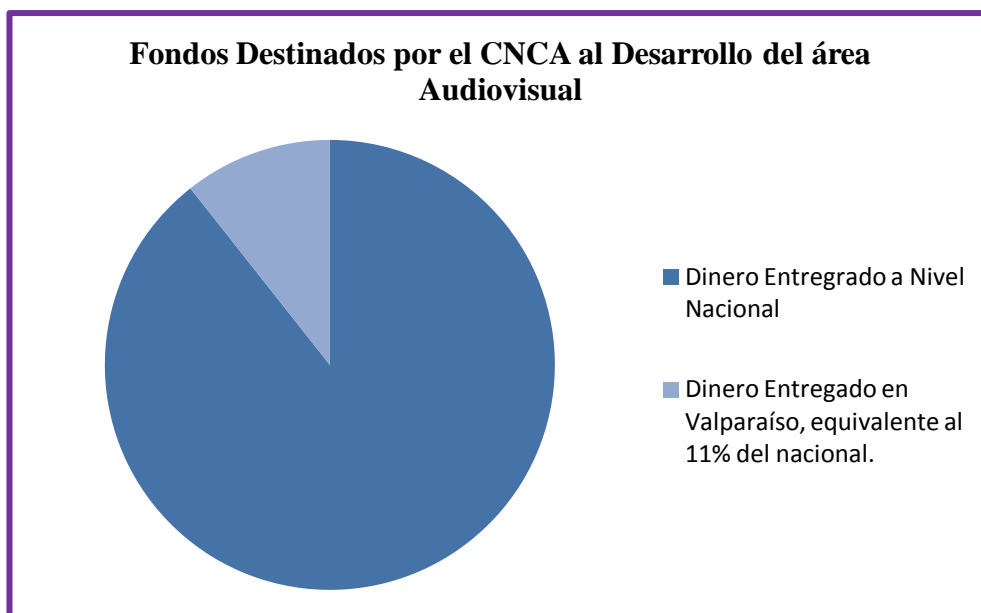


FIGURA 8.

7.2 FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2007, A VALPARAÍSO

Línea	N° de Proyectos	Monto Adjudicado
Creación y Producción de Obras Audiovisuales	10	\$81.497.086
Formación Profesional	1	\$1.430.000
Investigación y Capacitación	1	\$3.584.400
Difusión y Exhibición de Obras Audiovisuales Nacionales	1	\$25.386.352
Implementación de Equipamiento para el Desarrollo Audiovisual	2	\$19.260.936
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>\$131.158.774</b>

FIGURA 9.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CNCA

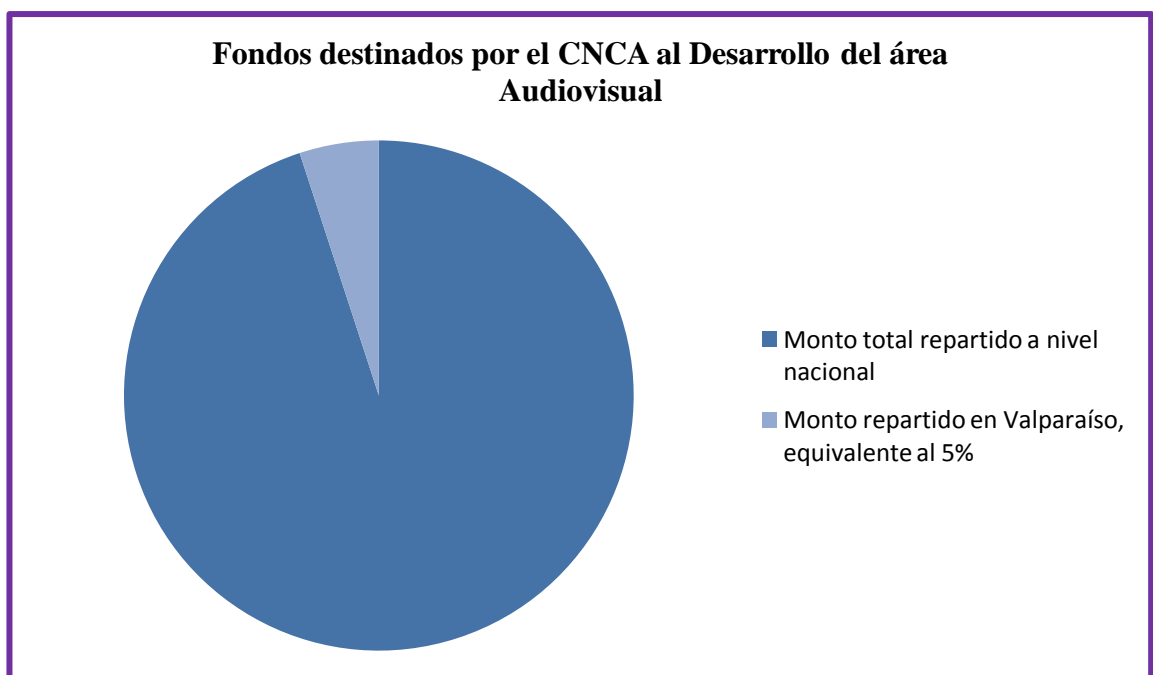


FIGURA 10.

7.3 FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2008, A VALPARAÍSO

Línea	N° de Proyectos	Monto Adjudicado
Creación de Guiones	1	\$3.870.000
Producción de Obras	7	\$106.262.229
Investigación y Capacitación	3	\$24.758.338
Difusión y Exhibición de Obras Audiovisuales Nacionales	2	\$19.990.647
Implementación de Equipamiento para el Desarrollo Audiovisual	1	\$11.209.495
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>\$166.090.709</b>

FIGURA 11.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CNCA.

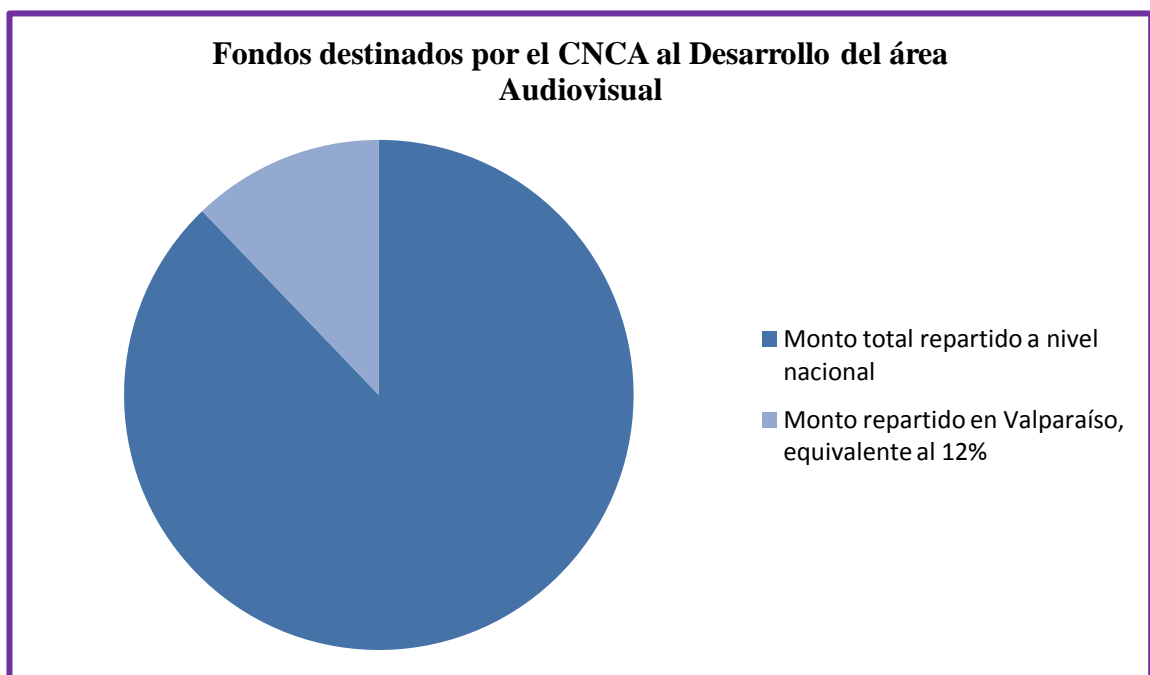


FIGURA 12.

7.4 FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2009, A VALPARAÍSO

Línea	N° de Proyectos	Monto Adjudicado
Creación de Guiones	4	\$10.617.345
Producción de Obras Audiovisuales	13	\$195.299.142
Investigación y Capacitación	1	\$8.564.968
Difusión y Exhibición de Obras Audiovisuales Nacionales	5	\$75.611.525
Implementación de Equipamiento para el Desarrollo Audiovisual	1	\$3.519.311
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>\$293.612.291</b>

FIGURA 13.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del CNCA

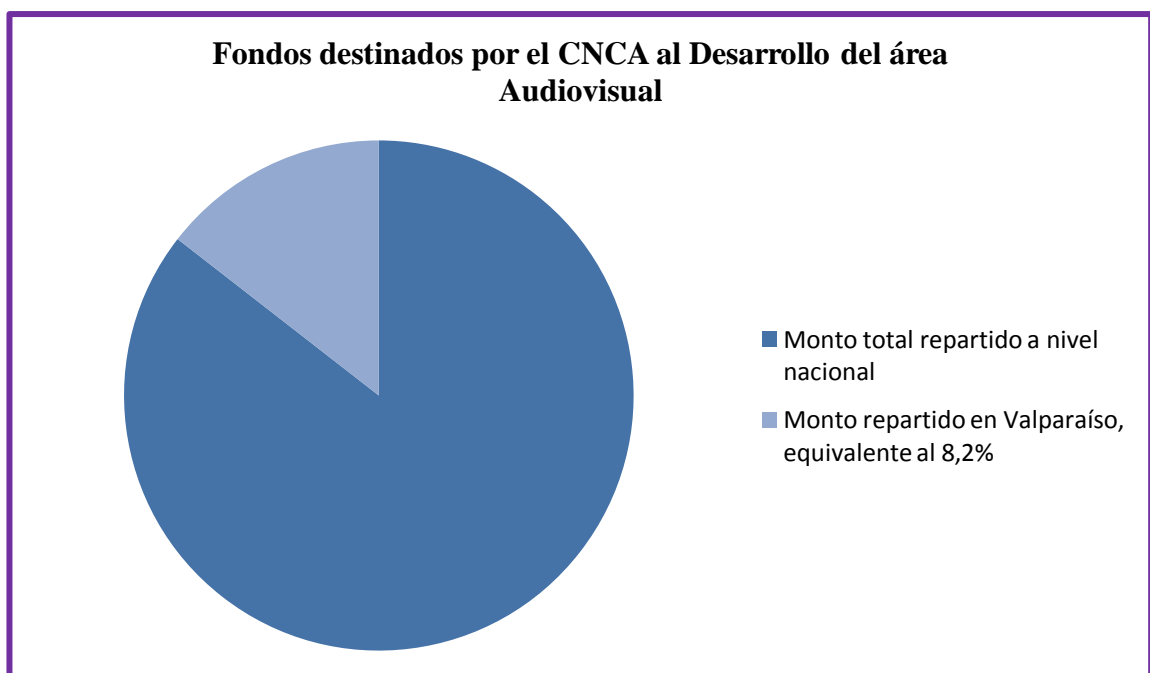


FIGURA 14.

## 7.5 PRODUCCIÓN DE PELÍCULAS

En la zona comprendida entre Valparaíso, Viña del Mar y Con-con entre los años 2006 al 2009 se generaron distintas producciones de acuerdo a determinados géneros cinematográficos, a continuación se presenta un cuadro con las creaciones realizadas por género y por año:

<b>Tipo de Película</b>	<b>N° Películas 2006</b>	<b>N° Películas 2007</b>	<b>N° Películas 2008</b>	<b>N° Películas 2009</b>	<b>N° Películas 2010</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Documental</b>	5	5	9	8	11	48
<b>Largometraje Ficción</b>	6	1	0	1	3	16
<b>Cortometraje Ficción</b>	3	2	2	13	6	31
<b>Programa para Televisión</b>	4	4	2	35	23	73
<b>Total</b>	18	12	13	57	43	168

FIGURA 15.

Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Industrias Creativas 2011

## CAPÍTULO VIII. CADENA DE VALOR DEL SECTOR AUDIOVISUAL- CINE Y TELEVISIÓN

La cadena de valor se entiende tradicionalmente como el modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una determinada organización empresarial que genera valor al cliente, fue descrito y popularizado por Michel Porter en su obra *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.

Dentro del sector audiovisual, la cadena de valor representa el proceso de desarrollo de un contenido audiovisual, desde su creación hasta su comercialización y venta al público, pasando por la producción. Estas fases difieren de algunos aspectos técnicos y logísticos según el tipo de contenido: cine, televisión ficción, televisión entretenimiento, televisión informativo.

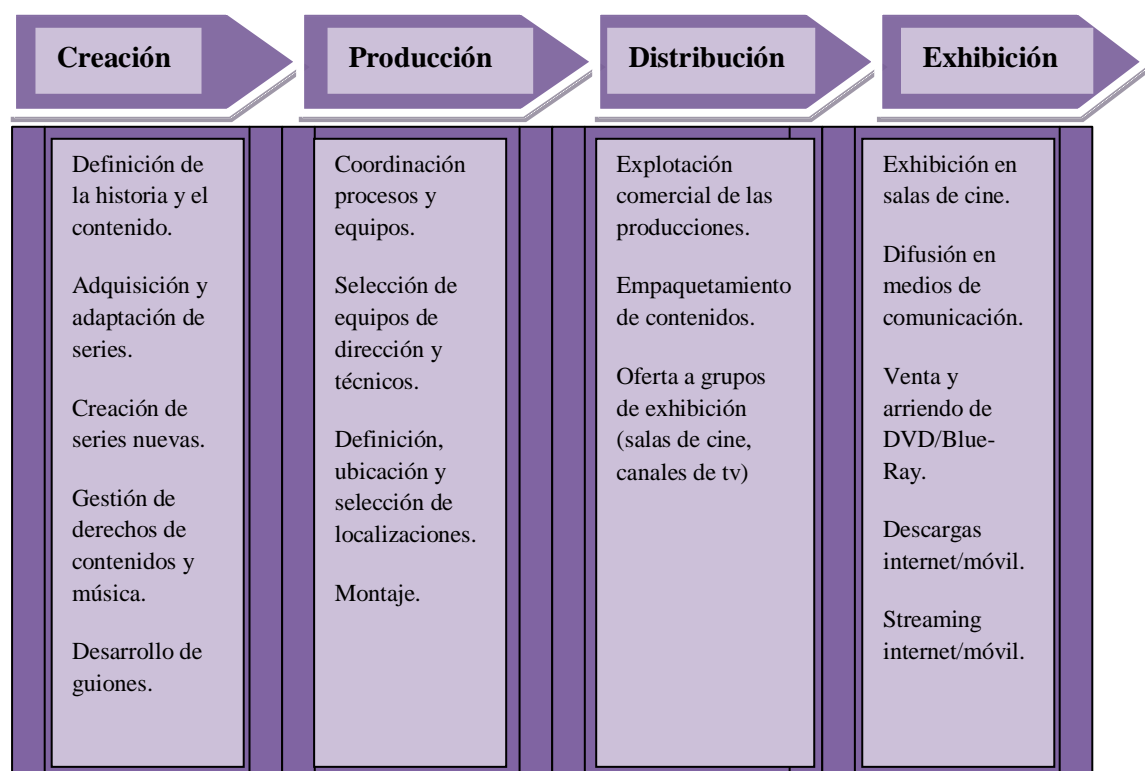


FIGURA 16.

Creación propia en base al Estudio de los perfiles existentes y las necesidades formativas en el ámbito del sector imagen y sonido, Madrid.<sup>22</sup>

### 8.1 CREACIÓN

La creación es la etapa en la que se concibe el producto audiovisual.

El contenido tiene dos posibles orígenes:

- Creación original
- Compra de formatos de éxito:

<sup>22</sup> Instituto Regional de Cualificaciones, IRCUAL, 2008, España

- Compra del concepto y adaptación a los cánones locales
- Compra del formato completo

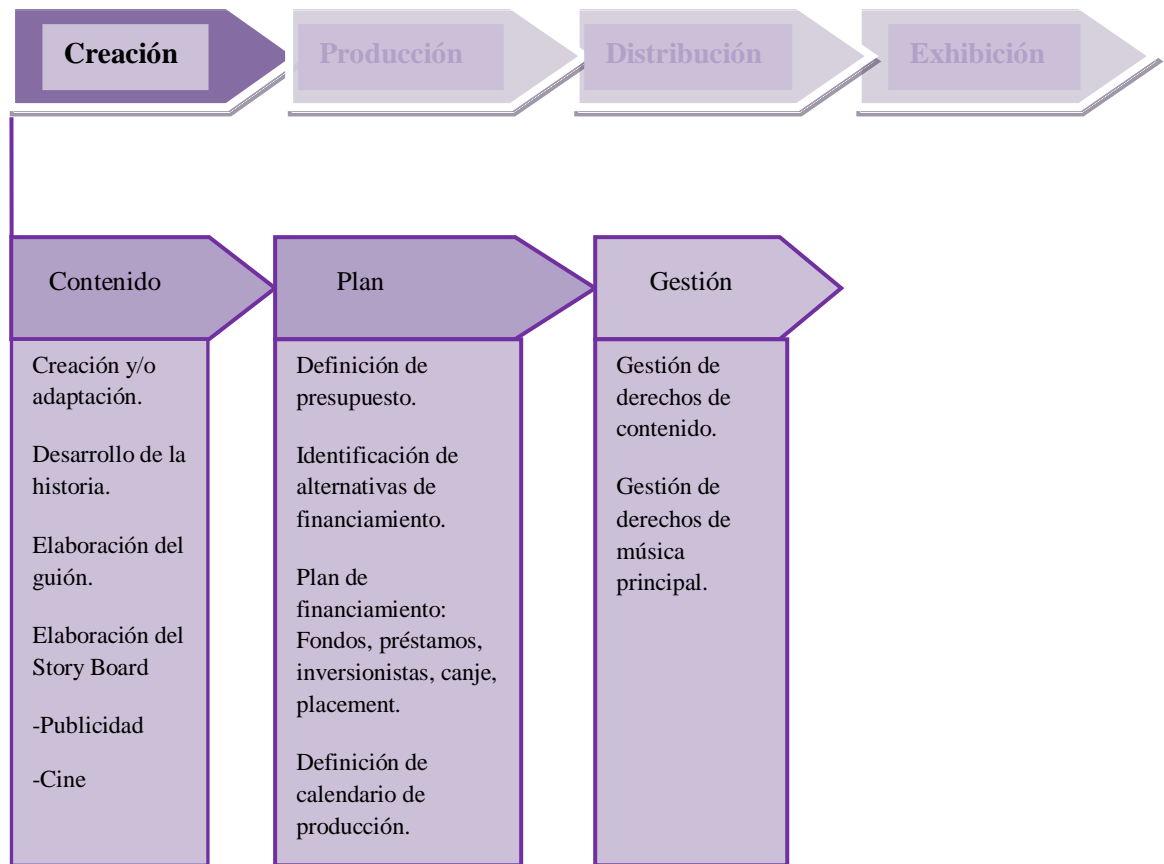


FIGURA 17.

El primer caso, creación original, el desarrollo de una idea lleva a la creación de un guión que sienta las bases de la serie o película que va a producirse. Este caso implica que el contenido se desarrolle por medio de producción local generando demanda de empleo en la zona donde se va a grabar la producción.

En el segundo caso, si se compra solo el concepto y se debe adaptar el producto, se llevará a cabo un guión que incluya los cambios requeridos en el guión original y desarrollar el contenido con la producción local.

Si se compra el producto audiovisual completo, normalmente, la productora o la cadena que adquiere estos derechos, también compra la exclusividad de emisión por un tiempo determinado.

Una vez terminado el proceso de creación del contenido, se establece un plan en el que se definen elementos claves, como el presupuesto o las alternativas de financiamiento en función del presupuesto que se elabore, se traza un plan de financiamiento en el que se buscaran los fondos necesarios para realizar el producto audiovisual. Se establece el calendario de producción que marca las diferentes etapas y los días en los que se llevara a cabo el rodaje y la postproducción.

## 8.2 PRODUCCIÓN

Al obtener el financiamiento se pasa a la siguiente etapa que es la producción, acá se elabora el producto audiovisual. Se compone de tres etapas: preproducción, producción y postproducción.

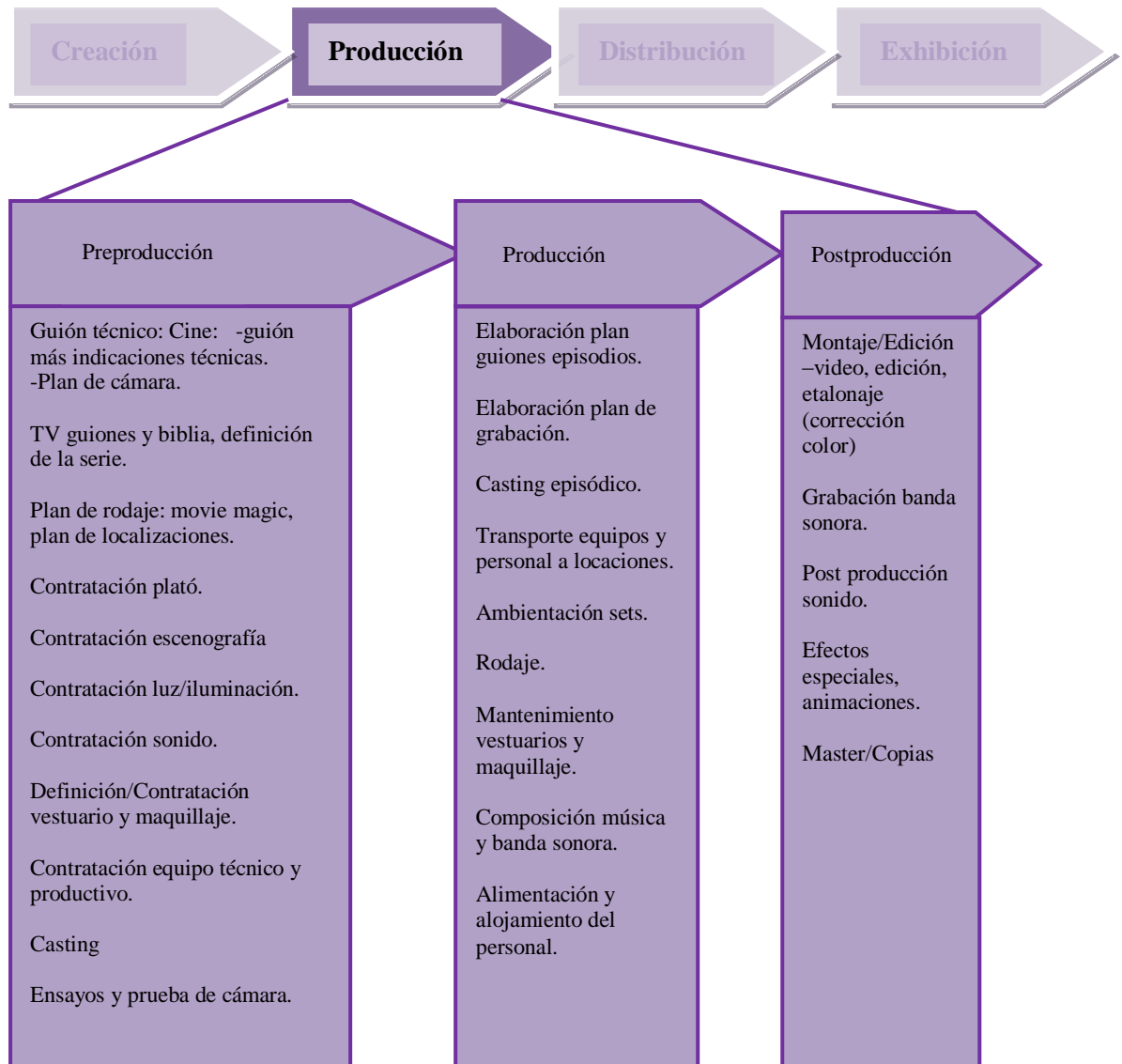


FIGURA 18

El proceso de producción.

Dentro de la cadena de valor se supone la creación de un contenido audiovisual, la producción demanda un alto volumen de recursos humanos, tiene un mayor componente técnico, la evolución tecnológica tiene un impacto directo sobre sus procesos y equipos.

Como hemos mencionados previamente, el proceso de producción lo componen tres partes.

La etapa de preproducción consiste en preparar los pasos previos para la producción del contenido, en primer lugar del guion nace un gui3n t3cnico que incluye el guion original con acotaciones y especificaciones t3cnicas para llevar a cabo el rodaje. En el caso de series de TV

cada capítulo tiene su propio guión y el conjunto se llama biblia donde se define la serie y el storyline por cada capítulo.

En segundo lugar se establece el plan de rodaje donde se fija un calendario de rodaje de escenas y un plan de localizaciones. Este plan debe tener en cuenta los diferentes exigencias, tanto presupuestarias como del guión.

Los contenidos pueden rodarse en diferentes locaciones: plató, estudio y exteriores, en los dos primeros casos se requiere un proceso de gestión y cierre del arriendo en el caso del rodaje en exteriores deben solicitar las licencias pertinentes para poder rodar en la localización escogida en esta etapa.

Durante la etapa de preproducción también se lleva a cabo la contratación de los distintos equipos que componen el equipo de rodaje, entre los cuales se encuentran:

- El equipo escenográfico: se encarga de la creación y del montaje de los decorados siguiendo las indicaciones del guion original.
- El equipo de iluminación: se encarga de la instalación de los diferentes equipos de luz siguiendo las directrices del director de fotografía.
- El equipo de sonido: se encarga de la grabación de los diálogos y de los sonidos ambientales.
- El equipo de vestuario y maquillaje: se encarga de confeccionar el vestuario que requiere el guion, maquillar a los actores para el rodaje y el maquillaje de efectos especiales.
- El equipo técnico: se aseguran de que las imágenes estén bien grabadas y que la calidad fotográfica siga los parámetros establecidos.

Por otra parte se lleva a cabo la contratación de los actores que aparecerán en la producción. En el caso de los actores se lleva a cabo a través de casting o se colocan en contacto con el representante del actor. En la parte de preproducción también se realizan los ensayos previos al rodaje. Para llevar a cabo esta etapa se requiere el apoyo del equipo de producción, este se encarga de la logística (como los equipos, decorados, gestión de maquillaje, vestuarios) para que todo este a tiempo y dentro del presupuesto del proyecto.

### 8.3 DISTRIBUCIÓN



FIGURA 19

La distribución es la etapa en que la productora, a través de sus propios canales o por medio de un intermediario, lleva el producto al mercado objetivo. Esta etapa tiene un alto contenido de actividades de marketing y gestión.

## 8.4 EXHIBICIÓN



FIGURA 20.

La etapa final es la exhibición o la venta directa al público, en esta etapa el producto llega al consumidor final a través de las distintas cadenas o plataformas. El contenido puede llegar al consumidor a través de las distintas plataformas y canales del sector:

- Salas de exhibición de cine
- Canales de televisión abiertas y pagadas
- New Media
  - Internet
  - Móvil
  - Otras pantallas (aeropuertos, buses, metro, centros comerciales)
- Venta física (DVD, Blue Ray)

## 8.5 CADENA DE VALOR EN VALPARAÍSO

La cadena de valor que se desarrolla en Valparaíso cumple con los siguientes componentes los cuales se describen a continuación:

- Desarrollo: en esta etapa se formula la idea, se adquieren los derechos, se prepara el boceto, se busca financiamiento, se prepara el presupuesto, se prepara el plan y programa de producción.
- Preproducción: en esta fase se finaliza el programa de producción, se finaliza el presupuesto de producción, la obtención de seguros, se establecen las locaciones que serán utilizadas para el rodaje, se hacen las reservas correspondientes de los sets que se utilizarán y de los escenarios que se necesitarán.
- Producción: acá está el principal encargado del desarrollo de la producción, que está a cargo de la dirección, producción, filmación y control.
- Postproducción: en esta etapa se edita la filmación, se agrega la banda de sonido, los efectos, títulos, se edita la producción para dejarla lista para exhibirla.
- Derechos: Acá se ven todos los asuntos legislativos de la venta de derechos y la administración de stock de copias.
- Marketing y Distribución: esta es una de las fases más importantes ya que es acá cuando se promociona y se publicita la obra, además se ven las ventas y distribución y el sincronizado del copiado.
- Exhibición: Se proyecta la obra audiovisual, se lanza el video – DVD, se exhibe en salas de cine, canales de tv y festivales.

## CADENA DE VALOR SECTOR AUDIOVISUAL REGIÓN DE VALPARAÍSO

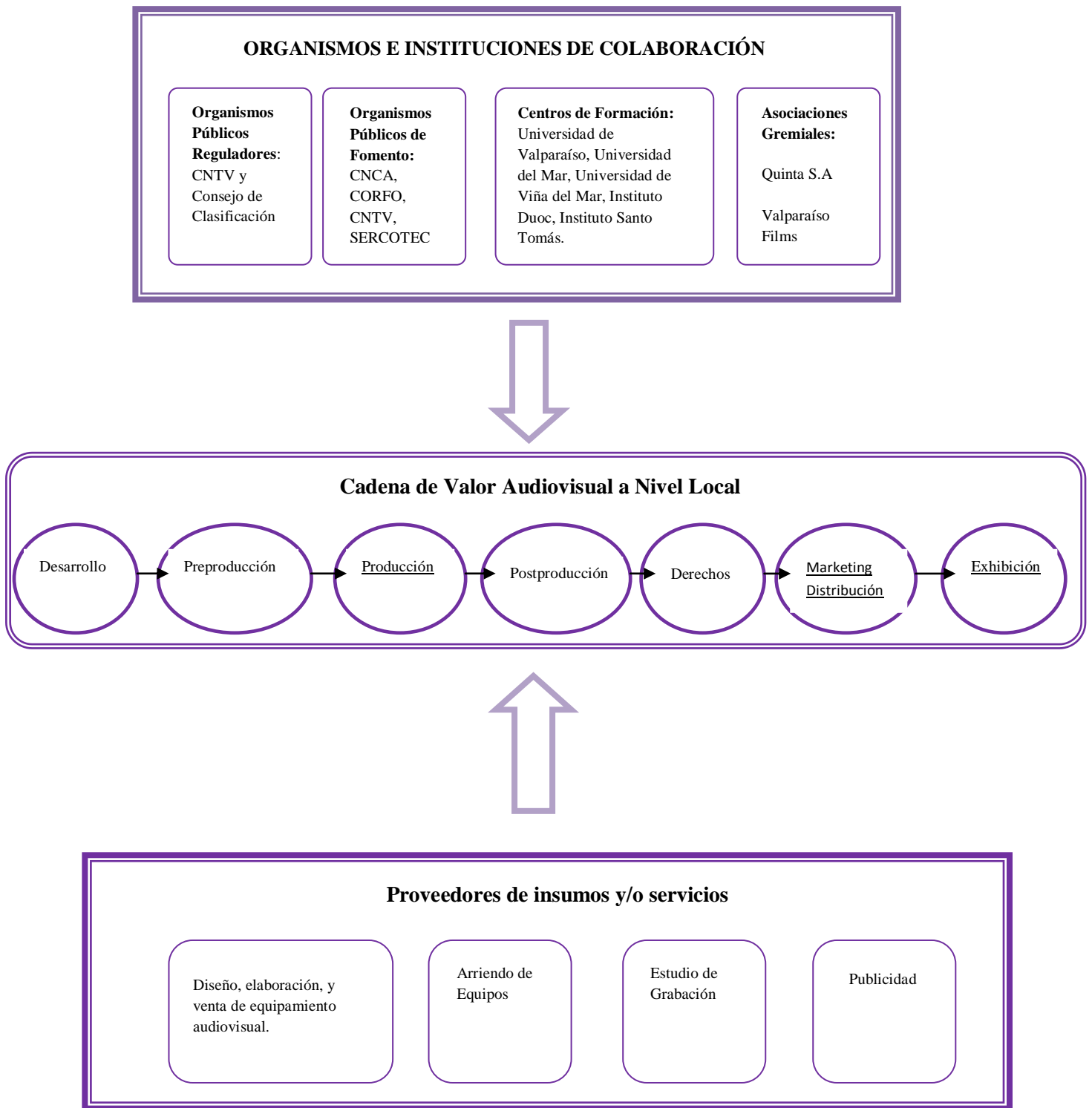


FIGURA 21.

FUENTE: MAPEO INDUSTRIAS CREATIVAS

## CAPÍTULO IX. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

A continuación se analizan las entrevistas en dos grupos primero, los cineastas entrevistados y posteriormente los productores, además las entrevistas estarán separadas de acuerdo a ejes que se mencionan a continuación:

- El Cine en Chile
- Industria Cultural
- Televisión
- El papel del Estado en la Cultura
- El Cine como generador de una Imagen País.

### 10.1 OPINIÓN DE CINEASTAS

#### EL CINE EN CHILE

Los cineastas entrevistados en Valparaíso se caracterizan por poseer una industria audiovisual emergente o casi nula, en comparación con otras ciudades, como Valdivia, Santiago y Antofagasta, sin embargo mencionan que se han ido integrando nuevas tecnologías, nuevas temáticas, nuevos formatos y nuevos públicos. En ese sentido, se puede decir que el cine en Valparaíso está pasando por un buen momento.

*“Ha avanzado mucho en sus técnicas, en tener equipamiento, en que haya técnicos especializados. Ha evolucionado mucho en una producción más o menos estable, ha evolucionado en su forma”.*

*“Entre el 67 y el 73 se produce un boom de producción de cine con películas muy buenas, se llegan a hacer como seis, siete películas, que era increíble. Hoy día se hacen diez, doce, pero además, cosas que en esos años no se hacía tanto, una cantidad de documentales, de medimétrajes. Entonces es, sin duda, la producción cinematográfica más grande de la historia del cine chileno, sin lugar a dudas”*

Sin embargo, esta prosperidad actual, no implica que se hayan superado los problemas de fondo con que se encuentran las expresiones artísticas de la cultura chilena. Específicamente respecto al cine, mencionan el gran esfuerzo que ha implicado sacar los proyectos audiovisuales adelante; ya sea, porque es un arte que conlleva altos costos, o porque en Chile se cuenta con un público pequeño, ya sea por la falta de legislación y apoyo del Estado entre otros.

*“Que nuestro mercado es desafortunadamente muy pequeño, entonces es muy difícil ganar plata con el cine desde el punto de vista de hacer una película en Chile para Chile”*

*“El cine siempre ha estado mal, igual que la música siempre ha estado mal, pero siempre siguen saliendo discos y siguen saliendo películas”*

Como una particularidad de este arte, señalan como el cine se instala en un momento de la historia chilena como un referente de estatus y clase social.

*“El ingreso de la plata era de lujo: “La gente rica iba al cine”. Entonces le aplicaban un impuesto muy alto y ese impuesto se lo devolvían entero al productor chileno, de su película”*

Otra característica, se relaciona con la profesionalización del cine y el área en general. Los cineastas comentan que el aprendizaje en este arte ha sido de forma autodidacta e informal y generalmente la formación recibida se ha obtenido fuera del país. Para ellos, para hacer cine en Chile se necesitan “ganas” ya que es un arte de personas, de pulso, que requiere de esfuerzos personales para lograr realizar un proyecto cinematográfico y que, por lo mismo, está relacionado con el estatus.

*“Autodidacta absoluto. O sea, no es que yo no haya estudiado nada, yo paso estudiando, lo único que quiero es “congelar” la carrera, yo paso estudiando, pero estudios formales no.”*

*“Acá no existe la experiencia, ni el know how, ni el tiempo, ni la historia, como para que alguien te venga a decir como: “oye, si puedes aprender en huevadas formales”. Lo que yo he hecho es ir a hacer un curso de guión a no sé dónde. Nadie te va a enseñar de verdad como es la industria gringa, y yo ya fui como en calidad de cómo hacer para estar en festivales de cine.”*

En este sentido, la recurrente falta de recursos para los proyectos cinematográficos sigue siendo un tema no resuelto y que se arrastra históricamente desde la historia misma. Los entrevistados mencionan que han tenido que golpear muchas puertas, debiendo generar varias formas de financiamiento como las coproducciones.

*“No tiene tanto que ver con ser privilegiado, O sea, para llegar a “Santos” no es como que yo me desperté y dije: ya, voy a una coproducción, o sea, es duro, porque hay que creer mucho en las ideas y que estar acostumbrado a que te digan mucho que no”*

Pero quizá lo que se destaca como más preocupante del cine chileno para algunos es la carencia actualmente de aspectos identitarios.

*“Hay mucha forma, pero fondos muchas veces muy débiles y además heterogéneos, sin una fuerza única. Como el cine argentino, en que tú dices: “esta es película argentina, claramente”, porque tiene una identidad. El chileno puede ser de todo, una especie de revoltura de estilos tratando de parecerse a algo”*

No obstante, para otros, hoy el cine tanto en Valparaíso como en Chile, es próspero con una oleada de cineastas jóvenes que han tenido algunos logros en términos de presencia en el extranjero, de audiencia e historia de fondo.

*“Como un momento muy bueno, con cineastas jóvenes, que están haciendo películas que están funcionando bien en festivales, que están ganando premios, que también están siendo vendidas, que están siendo estrenadas, una súper buena generación de cineastas”*

*“Las películas del año pasado, me parecían que eran buenas películas todas, que estaban funcionando bien, que eran películas de autor. Me refiero cuando digo de autor, me refiero a que hay un director detrás que tú ves que quiere contar algo, que no son películas hechas para la masa en el fondo”*

Los entrevistados mencionan como hito, la vuelta a la democracia, específicamente la creación del Fondo para las Artes y la Cultura que ha sido una fuente de recursos importante, pero no suficiente para la generación y producción de cine en Chile, permitiendo al cine un mayor alcance en términos de público y heterogeneidad creativa.

*“El otro período importante en este sentido se comienza a producir luego de la vuelta a la Democracia en Chile. Ya en el gobierno de Aylwin se nota un interés al respecto. En relación al cine y al arte se crea FONDART y desde luego, hay un antes y un después con el FONDART; claramente, en nuestra actividad: Gracias FONDART, gente joven, por ejemplo, que sencillamente no tenía ninguna posibilidad de producir sus cortometrajes”*

Sin embargo, la democratización del cine comienza en la segunda mitad de los años sesenta, cuando son liberados impuestos que generaban altos costos para las producciones del cine chileno y que mantenían al cine en un nivel de alto estatus.

*“El cine Valparaíso, el cine Colón o el cine Metro, con alfombra roja que salía a la vereda. Entonces hay que meterse en la cabeza este concepto de que el cine era algo como de lujo, y las salitas de cine que había en algunas regiones eran unas porquerías que eran atroces, con sillas de palo, con bancas. Ese era el país de aquellos años”*

Hoy, se observa como una tendencia en la industria audiovisual tanto en Chile como a nivel internacional, la baja de público que asiste a las salas de cine por la fuerte penetración de los formatos que permiten llevar el cine al hogar, incentivando una audiencia audiovisual decadente.

*“Ha bajado, creo que en los últimos años, no estoy seguro, pero me parece que ha bajado bastante como en los últimos dos o tres años. Antes, iba mucha más gente al cine que ahora”*

## EL PAPEL DEL ESTADO EN LA CULTURA

Los entrevistados plantean que el Estado debe tener un rol activo y participativo en la cultura de un país y, en ese sentido, su rol es apoyar mediante la generación de iniciativas que resguarden a los creadores, ya sea para interviniendo directamente en el financiamiento de las producciones artísticas, o facilitando la industrialización de la cultura como forma de promoción económica y cultural de país y de Valparaíso como capital cultural de Chile.

*“Cuando se inventa el cine, Europa lo mira como un arte y EE.UU. lo mira como una penetración económica y cultural. Lo miran así y se dedican a proteger eso, a desarrollarlo y a meterlo en todo el mundo”.*

*“Yo creo que es apoyar la cultura, porque claramente la cultura no es una cosa, o no es siempre financiable, o autosustentable. Entonces yo creo que debiera apoyar la cultura por eso mismo”.*

Señalan que la intervención del Estado en materia cultural, abarca un amplio campo, desde la educación a las medidas de protección y apoyo económico, así como también fomentando aspectos transversales a las instituciones de una sociedad como la facilitación de diálogo social.

La importancia de la participación del Estado en la cultura, remite a que la cultura es el puente entre el pasado (memoria e identidad) y el futuro, entendido como una visión estratégica de modernidad. En este sentido, el reconocimiento y desarrollo de la cultura de un país, pasan a ser sinónimo de un país moderno.

*“Incluye educación, talento, capacidad de entender el arte, de verse entre ellos. O sea, eso ya lo dice todo. Porque una sociedad sin capacidad de entenderse entre ellos e intercambiar información es una sociedad condenada a ser primitiva siempre”.*

En aquellos países como los latinoamericanos en los que no se ha desarrollado una industria cultural que logre autosustentarse, es el Estado quien debe hacer de gestor e impulsor de la cultura, a tal grado que en algunos países, al retirar el apoyo de fomento estatal, la producción desaparece, cosa que en Chile podría suceder.

*“Iban aplicando el impuesto, que en esos tiempo eran muy altos, porque el espectáculo se consideraba que era un lujo de venía de afuera”.*

*“Fíjate que Brasil que tiene un mercado interno enorme, que uno podría suponer que debería alcanzar para autofinanciarse con el mercado interno, muchas películas brasileñas sólo se estrenan dentro de Brasil. Pero mira qué curioso, que a pesar de tener un inmenso mercado interno, cuando el gobierno brasileño de Color de Melo, decide eliminar las leyes de apoyo al cine y decide no incumbir al estado en la realización de producciones audiovisuales, prácticamente desaparece el cine brasileño, lo mismo que pasaría en Chile actualmente, ya se vio en el período del 73, cuando quitaron el apoyo al fomento del cine, desapareció”.*

Por esto, los cineastas mencionan que en Chile el Estado ha tenido un rol histórico en materia cultural y específicamente en las artes audiovisuales. Este rol no ha sido formalizado en el tiempo de forma que regule y sistematice el área, sino que en nuestra historia se han visto como impulsos aislados de algunos presidentes.

*“Yo creo que gracias a esos pasos que se dan en épocas como la de Aguirre Cerda, Chile de alguna forma (a pesar de que esta estructura aún existe hasta el día de hoy, sin lugar a*

dudas) se avanza en ese sentido, ¿No es cierto? Y se transforma en un país más de ciudad, más de cambios tecnológicos. Bueno, un país más moderno en definitiva”.

Por otra parte, la importancia de la participación de área gubernamental, radica en que en Chile el cine se ha desarrollado gracias a los esfuerzos particulares de cineastas y creadores, por lo tanto, es un terreno fértil donde hay mucho por hacer por parte de los organismos estatales.

*“O sea, los tres “Sí” impresionantes que dieron con “Santos” y los que dieron con “Promedio Rojo” vienen de un largo camino de aguantar mucho “no”. Es como qué tanto crees en tu idea y qué tanto puedes llegar a apostar por ella. ¿Qué es lo más importante que tenemos? Son las ganas y el entusiasmo y esas cosas, y eso es una cosa que no puedes comprar.”*

*“Hay una cantidad de cosas que se pueden hacer y que no están hechas, que no se han hecho, y que yo no sé por qué. O sea, tanto para protegernos, como para que haya plata y haya mercados y que la gente pueda seguir creando este tipo de arte, porque finalmente, el gran problema del cine es que es un arte caro, y se necesita plata. Pero qué es lo que pasa, que es un arte que puede llegarle a mucha gente, mucho más que una exposición de cuadros”*

Según lo expuesto por los cineastas entrevistados, la presencia de fomento por parte estatal ha sido fundamental para la generación y producción de proyectos cinematográficos. La experiencia en Chile y América Latina generalmente, es que la producción audiovisual se ha generado hasta ahora, al alero de los organismos estatales.

*“A pesar de tener un inmenso mercado interno, cuando el gobierno brasilero de Color de Melo, decide eliminar las leyes de apoyo, prácticamente desaparece el cine brasilero”*

*“A mí me toca vivir toda la época de la dictadura, en que el apoyo era cero... la verdad es que no había cine, simplemente, hubo años en que no se produjo ninguna película, ni una, cero cero”.*

*“Si el Estado no estuviera en la industria del cine sería muy difícil hacer una película, casi imposible”.*

*“Yo creo que en Chile tú puedes optar, si tu guión es muy bueno, tú puedes optar a recibir unos US\$200.000, que no está mal”*

El hecho anteriormente expuesto, se explica hipotéticamente, porque en Chile no existe una industria audiovisual que permita que la producción cinematográfica sea autofinanciada. Lo que es especialmente importante para esta expresión artística que tiene dos condiciones: gran inversión económica y público masivo; ambas cosas, no se han dado en nuestro país.

*“Un país pequeño, con un mercado pequeño, como es el caso de Chile, no es suficiente, pero es un paso, y ha ido aumentando poco a poco con el paso de los años. Pero obviamente no es suficiente. Te voy a dar cifras: el Fondo Audiovisual. Si tú te ganas ese concurso, puedes recibir unos US\$100.000, US\$125.000 para producir una película. Una*

*película hecha en Chile, aunque hala hagas en video, después la tienes que ampliar, y eso es carísimo. Una producción chilena con pocos actores, pequeña digamos, no la haces con menos de US\$400.000”*

*“¿Crees que en Chile debería ayudar con el tema de las entradas? ¿Ir a ver una película chilena debería ser más barato? No.”*

Dado los altos costos que conlleva cada etapa de una producción cinematográfica (producción, post producción, licencias, difusión, etc.), el financiamiento para los entrevistados es un tema altamente relevante. En ese sentido, mencionan que los que los fondos otorgados por el Estado, si bien son un apoyo fundamental, no son suficientes y desde ahí, lo que se da actualmente, es la utilización de distintas fuentes de financiamiento.

*“Entonces si haces un promedio vas a estar en los ochocientos, novecientos, mil dólares, entonces recibes ciento veinte mil dólares, no hay por dónde. Por eso es que es poco el fondo (Fondo Audiovisual) todavía.”*

*“Está CORFO, ¿Ah? Que tú puedes recibir unos, no sé... ponte tú diez mil, quince mil dólares de apoyo a la postproducción, para hacer las copias, o para hacer el guión. También puedes recibir unos US\$15.000 para hacer el guión. Puedes conseguir hoy día, que la televisión, por ejemplo, se interese en tu proyecto y te “precompre”. No quiere decir que el Estado financia una película completa, creo que siempre las películas tienen que ser financiadas por varias vías. “En la cama” es una coproducción con Alemania, siempre, en general, las películas tienen varios, dos o tres países, porque se ocupan financiamientos gubernamentales que los diferentes países tienen. Entonces, un solo fondo no puede financiar una película, eso es súper claro”.*

*“Porque solo la licencia de “Dolby” son como US\$12.000 sólo la licencia. Si tú le agregas surround stereo y haces la mezcla. A ver, sólo laboratorio te va a costar en Chile US\$100.000”*

Al respecto, una opción que ven como importante, pero donde aún falta por realizar gestiones, es en relación a la participación de privados.

*“¿Los privados se meten a financiar? A mí no me ha pasado todavía, pero yo he sabido que sí, que se están metiendo bastante”*

No obstante, la participación de distintas entidades, los entrevistados comentan que la participación del Estado es significativa, ya que la industria audiovisual es y puede ser utilizada como un medio eficaz en la promoción del país en el extranjero.

*“Qué es una alimentación al espíritu, como más allá, o sea me parece que es una manera de preservar el país, de demostrar lo que es el país afuera, me parece una cuestión súper de exportación, de mostrar Chile afuera, de promover Chile”.*

Para los entrevistaos, el primer paso es lograr que el Estado comprenda y se impregne adecuadamente de la importancia y los beneficios que el fomento de la industria audiovisual tiene para un país.

*“Nosotros empezamos en una lucha de hormigas a conversar, casi personalmente. O sea, a mí me tocó ir a montones de oficinas de senadores y diputados, y exposiciones en la cámara, después cuando la cosa ya avanzaba más, para darles a entender, y que comprendieran que un país moderno, de hoy, en un mundo globalizado y comunicado, si no tiene imagen audiovisual, no existe, sencillamente no existe”.*

## INDUSTRIA CULTURAL

A modo general, se puede decir que la industria cultural chilena y específicamente el cine chileno, carece de un posicionamiento específico en el mercado. Los entrevistados mencionan que ante la industria cinematográfica mundial, el nacional presenta desventajas comparativas importantes que han dificultado este posicionamiento.

Estas desventajas se relacionan principalmente, con los capitales para la realización y difusión de las películas, jugando un rol importante el idioma en el cual están filmadas las producciones. En ese sentido, las producciones cinematográficas y televisivas chilenas aún se realizan con enfoque local, mientras que las industrias audiovisuales desarrolladas, tienen la estructura necesaria para apuntar a un mercado global.

*“¿Cuál es el mayor drama de esta huevada? Es que por \$2800 tú puedes ir a ver “Crepúsculo” que es una película con doscientos millones de dólares, o por \$2800 puedes ir a ver “La vida de los peces”*

*“No tiene que ver con la calidad artística, no con que “La vida de los peces” sea buena o mala, o “Crepúsculo” sea buena o mala, tiene que ver directamente con eso: pueden hacer una inversión tan grande porque si mercado es el mundo y nuestro mercado es Chile”*

*“O filmar con actores que hablen inglés, y filmar en inglés. Ahí vas a tener películas para el mundo, porque claramente “Promedio Rojo” tuvo mucho interés para ser comprada en EE.UU y “Promedio Rojo” podría haber sido (Yo estoy seguro, lo firmaría con sangre) un hit en EE.UU, si hubiese estado filmada en inglés”.*

*“Para entrar al mercado internacional, finalmente, es el puto idioma. Es por eso que Almodóvar estrena en doscientas salas, trescientas salas, y no estrena en dos mil en EE.UU, ni Amenábar”.*

Una dificultad importante a la hora de llegar con la película o la serie al público, se asocia directamente con la forma que adquiere la industria audiovisual a nivel mundial, específicamente, con la cantidad de copias y la relación contractual que establecen grandes industrias cinematográficas, como la Estadounidense, con los dueños de las salas de cines que

asegura su cuota en pantalla; ambos aspectos son independientes de la calidad de la película o de la cantidad de gente que vaya a verla.

*“Llegan las películas de Estado Unidos y es súper difícil competir con esas películas, porque llegan con un marketing, porque tiene una cantidad de copias, porque imponen las copias desde afuera. Entonces en Estados Unidos pasa un fenómeno que es muy raro que a veces una película, tú película, por ejemplo latinoamericana, que está en Estados Unidos puede estarle yendo muy bien y la cambian por otra película norteamericana que le puede estar yendo peor, pero si la ponen es porque esa película tiene un contrato, y tiene que ir a tantas salas, entonces no depende incluso de la cantidad de gente que esté viendo la película, sino que de una cosa que viene de antes que es el contrato que está firmado por las salas”.*

Pese a estas dificultades, los entrevistados señalan que el camino que han seguido otros países, que han logrado posicionarse con éxito en el mercado mundial al margen de las mayores, dice relación con el desarrollo de ciertos aspectos que ofrezcan ventajas comparativas e innovadoras en el mercado mundial (tales como desarrollo de técnicas específicas, desarrollo de setting, entre otros). Esto implica adelantarse a los mercados mundiales, agregando valor a las producciones chilenas.

*“Traer un proyecto de allá a acá, hacer un servicio de producción acá. Entonces qué haces, traes a alguna gente a filmar acá, no sé qué, se queda plata acá, contratas a técnicos acá, que va a aprender de los técnicos extranjeros y viceversa, y empiezas a crear industria. Peter Jackson era de Nueva Zelanda, nuevamente, una isla de mierda, y empezó a filmar ahí todas sus películas, y empezó a atraer más películas, y después “Crónicas de Narnia” se filmó en Nueva Zelanda y un montón de películas más se están filmando allá”*

*“Como “En la cama”: me da lo mismo, si esta película se ve media, “video digital”, medio “video casero, me da lo mismo, porque lo que importa acá son los personajes, la historia, no sé qué...” Claro, es una opción, he visto películas que están filmadas como “video de cumpleaños” y son maravillosas”*

*“Las películas que yo hago por lo menos no intentan ser un éxito de taquilla en todos lados, si quiero que sean películas que funcionen en todos los países, pero en un cierto circuito de cine arte”*

Una opción mencionada por un cineasta para lograr que el cine chileno sea competitivo a nivel mundial, consiste en aprovechar lo que mejor o con mayor éxito han desarrollado industrias de países extranjeros. Desarrollo del marketing de Estados Unidos, filmaciones de España y, particularmente de Chile, aprovechar el “entusiasmo” y lo económico de los costos.

*“Lo que yo he tratado de hacer es como ir robándome lo mejor de todos los “mundos”. Es como ¿qué tienen de bueno los gringos? Tienen muy bueno el marketing, y a mí me fascina como hacen el marketing los huevones y yo estudio el marketing, no sé qué, no sé qué... saco el marketing de los gringos. ¿Qué es lo que tiene los españoles? Es como*

*desarrollan los proyectos, la forma en que filman, no sé qué, no sé qué... ya saco eso ¿Qué tenemos en Chile? Que es más barato, que la gente tiene lo más importante, que es entusiasmo, que en España ya no tienen.”*

Sin embargo, como contraparte a lo mencionado, se encuentran artistas visuales que no realizan sus producciones con la finalidad de que sus películas tengan éxito de audiencia, sino que el fin es lograr buenas producciones en términos artísticos.

*“Pero las películas que yo hago por lo menos no intentan ser un éxito de taquilla en todos lados, si quiero que sean películas que funcionen en todos los países, pero en un cierto circuito de cine arte”*

Con respecto a las Alianzas público-privadas, los entrevistados mencionan que se ha logrado sólo de manera ocasional y en casos muy particulares. Esto se debe, según lo que los cineastas mencionan, a que la participación del sector privado responde a una lógica de inversión de capital que, dadas las características actuales de la industria, no permite siquiera ser recuperada.

*“Si yo hubiese hecho “Santos” y hubiese invertido esa cantidad de plata, nada más para Chile, habría necesitado que fueran ocho millones de personas al cine, que no va a pasar, y también tienes que considerar el precio de la entrada, la entrada al cine en España cuesta dos veces más de lo que cuesta la entrada al cine en Chile”.*

*“Creo que nosotros realmente metimos como plata de la empresa nada, muy poco; metimos como cinco millones, lo que faltaba para meter, para recuperar eso. Y eso efectivamente lo recuperamos de un proyecto que partió muy amortizado, porque tuvo estos premios. Si esos premios hubiesen sido inversión privada, es muy probable que ninguno de los inversionistas privados hubiese recibido su plata de vuelta”.*

*“Ha habido muy pocos casos, no muy exitosos. Básicamente por ciertas relaciones de amistad entre el director o productor de la película y algún empresario”.*

Sin embargo, en la línea de búsqueda de fuentes de financiamiento que se logra gracias a los esfuerzos particulares de cineastas y productores, ingresa el sector privado mediante la publicidad, que si bien es una forma austera y menos directa, ayuda a cubrir algunos costos. Específicamente, señalan que el “placement” ha representado un aporte para algunas películas, pero que es necesario saber trabajarlo bien y desarrollarlo adecuadamente.

*“Tiene que ver con qué tanto estás dispuesto a morir por tu proyecto, y eso es heavy”, lo que pagan es re poco y el ahorro que se produce es interesante, porque estás dispuesto a acotar al máximo ítem de cosas como por ejemplo la comida, una tía me hacía la comida y me cobraba súper poco, entonces comienzas a sumar y al final, afectivamente, puede haber otros cuarenta o cincuenta mil dólares que te ahorraste en un ítem pero lo puedes ocupar en otro, es plata”*

Por último, los cineastas entrevistados, comentan que hay alternativas para la inversión del sector privado que permita un apoyo sistemático y constante en la industria audiovisual, pero para eso, necesitan un apoyo con respecto a lo legislativo por parte de organismos estatales.

*“Podría Chile, empezar a haber una producción más habitual de cine producido directamente por empresas, por alguna empresa. Pero que va a ser una forma de disminuir gastos de empresas que tienen demasiadas utilidades, de blanqueos. Porque el cine, a nivel internacional, se presta mucho para eso, para juegos de capital”.*

*“Del Estado y de los privados. Yo creo que es un buen negocio instalar un cine, o sea, las salas de cine creo que son un buen negocio, creo”*

Con respecto a los tratados internacionales y las coproducciones, para los entrevistados el financiamiento de los proyectos cinematográficos pasa necesariamente por una combinación de distintas fuentes, entre las cuales la participación internacional mediante las coproducciones, es primordial. En ese sentido, las coproducciones han sido un motivador para que los cineastas enfoquen las películas a un público global.

*“En general, las películas tienen varios, dos o tres países, porque se ocupan financiamientos de fomento de diferentes Estados. Entonces, un solo fondo no puede financiar una película, eso es súper claro”.*

Para los cineastas, lograr una coproducción, significa un esfuerzo de muchos años durante los cuales deben invertir numerosos esfuerzos para vender su proyecto y conseguir financiamientos. Pero el primer paso para lograr capitales internacionales, es lograr que conozcan sus películas en el extranjero. Mencionan que el siguiente paso, es adecuar el estilo cinematográfico y la producción de las películas para un público más globalizado. El que sean producciones a un público globalizado, no quiere decir que los productores chilenos quieran dejar de lado las particularidades locales. En ese sentido, se observa cierta identidad local en los cineastas que da cabida a generar inversiones y espacios para mejorar el cine en Chile.

*“Uno, a mi me interesa filmar en Chile porque: uno, soy chileno, dos me gusta Chile, tres queda mi casa acá, cuatro, porque siento que tiene que haber alguna razón sicótica porque yo nací acá. Y mi plan, que puede funcionar o no, como todos los planes, y qué es lo que me gustaría hacer, y de dónde creo que viene la mano para lograr esta cosa, es lograr que Chile sea un punto neurálgico muy heavy de filmación internacional, porque tenemos todos, tenemos todo”.*

Una particularidad que es destacada por un cineasta es que Chile cuenta con un gran potencial y condiciones favorables como lugar para filmar las producciones que otros lugares, ya que al no contar con íconos y un imaginario fuertemente posicionado, permite jugar y combinar setting al mismo tiempo que destaca por la variedad geográfica y por la posibilidad de producir a un menor costo. Sin embargo, como contrapunto, señalan que los menores costos son relativos y que realmente, no son una ventaja para generar cine en Chile.

*“Chile es un país que ha cambiado mucho en esta última década, tenemos tantos paisajes, tenemos el desierto, las Torres del Paine, la nieve... tenemos Valparaíso... una ciudad que te deja encantado... con sus cerros, sus callejuelas... un escenario ideal para cualquier mega producción”*

*“Por supuesto, o sea, producir en Europa o en EE.UU es mucho más caro que acá, los técnicos son más caros, los actores son mucho más caros, todo es más caro. Pero aquí se produce una cosa curiosa, en el cine uno podría pensar que el hecho de que es más barato hacer cine en Chile a lo mejor podría tentar a empresas productoras americanas a venir a Chile a filmar. No tiene lógica por lo siguiente, el ahorro ese es mínimo, porque los presupuestos de ellos son de treinta millones de dólares, quince millones de dólares, ¿ya? Entonces cuando tú dices: En un presupuesto de veinte millones de dólares, filmando en Chile, nos vamos a ahorrar trescientos mil. ¿Te arriesgas a ir a Chile y toda la cuestión? Olvídalo. Si tu presupuesto son veinte millones de dólares qué vas a arriesgarte”*

La profesionalización del área es un tema bastante hablado entre los pares y de acuerdo a lo que señalan, esta está aún en desarrollo. Lo que a grandes rasgos, ha implicado que son pocos los profesionales de este ámbito que logran dedicarse por completo al ejercicio de este arte.

*“Bueno las escuelas de cine son como las escuelas de actores. Es como que realmente el 1% de esas personas van a terminar dedicándose a hacer lo que estudiaron, a hacer películas o muchos terminarán en producción, o si no en televisión, pero claro, es como la supervivencia del más fuerte, de alguna forma”.*

Mencionan que las iniciativas de profesionalización han surgido de manera espontánea, propiciada e impulsada en muchos casos por los mismos cineastas. En ese sentido, hasta ahora la formalización recibida se ha obtenido de manera informal y caracterizada por el aprendizaje práctico.

*“En el caso de la profesionalización, lo que nosotros hemos tendido mucho ha sido siempre en tratar de profesionalizar campos que no están profesionalizados”. “Autodidacta absoluto, o sea, no es que no haya estudiado, lo único que quiero es congelar la carrera. Yo paso estudiando. Pero estudios formales no, porque ¿quién me va a enseñar acá?”*

*“Quienes sí te pueden enseñar y son muy buenos profesores son los mismo directores y productores”*

*“El director de fotografía vive haciendo dirección de fotografía, cosa que antes no pasaba en Chile. Un director de fotografía, un técnico, un eléctrico aprendía más o menos haciendo la película. Llegaba el final de la película y para la casa y tenía que trabajar en otra cosa. Entonces tú tenías que, casa vez que hacías una película empezar, a mi me pasó mil veces. Empezar de nuevo a enseñar. Partías la película y decías: “mira, es que el reflector tú no lo puedes agarrar así, tienes que...” Viví haciendo eso, enseñando, enseñando, enseñando, cómo*

*se llaman las cosas? Que se yp. Porque claro, pasaban cinco años, diez años entre película y película y tenías que volver a enseñar”*

Pero esta falta de profesionalización, también ha llevado a que este arte se desarrolle de forma sencilla, donde muchas veces se crean soluciones alternativas simples e inteligente. Es así como los cineastas señalan como un elemento importante dentro de la formación, el aprendizaje obtenido en el intercambio con países que tienen profesionalizada y desarrollada la industria audiovisual. A su vez, este intercambio de técnicas ha sido mutuo, pudiendo Chile aportar desde la sencillez de sus recursos.

*“El jefe de efectos visuales es español, pero mi director de arte, que es chileno, está trabajando con él, entonces está aprendiendo; productores españoles. Entonces acá hubo un trabajo muy fuerte donde aprendieron, y también ellos de alguna forma, aprendieron de nosotros, algunas formas de simplificar las cosas, que nosotros hacemos de forma distinta, como el “factor Maestro Chasquilla” o “el Circo Chamorro”.*

No obstante, comentan que esta situación ha variado y que hoy en el camino de la profesionalización se han obtenido logros importantes. Para lo cual, un factor decidor que ha jugado a favor, es el desarrollo de la publicidad, la inyección de recursos, entre otros.

*“Bueno, eso ya no es así en Chile, tú ya tienes una cantidad de técnicos especializados, absolutamente especializados, y están saliendo ahora, de escuelas, de universidades, cualquier cantidad de gente joven sale sabiendo las bases, el idioma, todo, por eso Chile sin duda es un país que puede ofrecer gente especializada en hacer cine”.*

*“Mi opinión es que está buenísimo, lo encuentro súper bueno, que eso se debe en gran parte que hayan directores jóvenes nuevos, nuevos técnicos, gente que esté con ganas de hacer películas, con nuevas ideas”.*

*“No, con el aumento de la producción rutinaria, digamos. Por un lado hay cine publicitario, que es contratante y por otro lado una mayor, gracias a los apoyos primero del Fondo Audiovisual, que han ido aumentando. Entonces hay una mayor producción de medios, documentales, que no tiene paragón, digamos, con la producción anterior”.*

Con respecto a la existencia de una industria cultural audiovisual, los cineastas manifiestan que hay una primera división cuando hablamos de la industria cultural audiovisual, y es que los criterios artísticos son distintos a los criterios empresariales. En la conversación de estos dos mundos se resuelven distintas figuras de creación, financiamiento, producción y difusión.

*“Yo creo que tiene que ver un poco, con que hay una mezcla de cosas. Depende de qué tan junto esté tu “lado artista” de tu “lado empresario””.*

*“El único valor agregado que pudo haber tenido, que tenga directamente con mi “juventud”, de alguna forma, es que nada más cargo conmigo. Seguramente si tuviera una*

*familia que alimenta y estuviera así como “no, voy a hacer mi película” diría: “no pues, voy a hacer comerciales, o lo que sea que me dé plata y chao, cagué. No puedo ahora, no puedo por ahora”*

Concuerdan los cineastas de forma categórica de que en Chile no se puede hablar todavía de una industria cultural audiovisual, se puede hablar de una industria emergente audiovisual, pero no una industria ya establecida. El indicador fundamental es que no hay profesionales del área que reciban sueldos por trabajar en cine; no es una industria que sea autosustentable.

*“¿Podrías decir que el cine chileno es una industria? NO, porque una industria es una cosa donde la gente trabaja y recibe un sueldo, no donde la gente trabaja gratis esperando recibir un sueldo si es que le va bien”.*

*“¿Qué es? Un montón de bellísimos esfuerzos personales creyendo en sueños, de alguna forma. Pero que sea una industria, no es una industria. Una industria es donde tú llegas, trabajas y te pagan por trabajar”.*

*“Si partí muy joven, tiene que ver con que eso me ayudó a un montón de cosas porque pude dedicar el 100% de mi obsesión y de mi tiempo a eso, más que si tuviera otro tipo de cosas y tuviera que dedicarle el 10% o el veinte”.*

*“Sí, claro. De verdad para vivir bien, tienes que trabajar en publicidad o en televisión o en no sé qué, pero en Chile no existe una industria, estamos a años luz de serlo”.*

Otra situación que ejemplifica que el cine chileno no funciona como industria, tiene que ver con el idioma, dado que en opinión de uno de los cineastas entrevistados las películas que llegan a Chile y Latinoamérica se subtitulan y en países donde la industria está desarrollada, las películas se doblan al idioma local.

*“Las películas en inglés se distribuyen en todos lados y se las meten como quieran. ¿Por qué? Porque para Latinoamérica se subtitulan, nosotros estamos acostumbrados a verlas subtituladas. Para España, para Italia, para algunos países se doblan, Aquí no estamos acostumbrados a verlas dobladas”.*

Por lo tanto, se puede decir que el cine en Chile se genera más desde la iniciativa particular de directores y productores que desde una industria cultural audiovisual establecida.

Esta situación, ha generado que en términos de recursos creativos y artísticos, ante la falta de industrialización, se ha debido ocupar y desarrollar recursos estéticos alternativos y acorde a recursos nacionales.

*“Yo digo que justamente en países pequeños como Chile, la fuerza de una cinematografía hecha ahí, tiene que estar justamente en la originalidad, en mostrar su realidad y no copiar recetas de otra cinematografías, se hacen a otra escala, con otros valores, con otros objetivos”.*

En ese sentido los cineastas mencionan que algunos elementos claves para lograr industrializar el cine tienen que ver con establecer previamente los costos y no esperar, como sucede hoy, los resultados en términos de audiencia para determinar las ganancias.

*“Entonces qué es lo que pasa, que es hacia donde yo creo que hay que llevar esto, es después, llegar a cobrar por armar todas las cosas. Ya dejar de apostar por un porcentaje, y es como cobrar. Como venir a filmar a Chile una película de diez millones de dólares: “ya, la raja, nosotros nos vamos a quedar con el 10%, que es harta plata, y ustedes vayan y filmenla, y nosotros arreglamos todo. Cobramos y ya ganaste. No estás apostando a un futuro. Es como he dicho siempre: es una forma de hacer las cosas, pero que finalmente es una forma donde casi nunca vas a ganar como empresa”*

*“Si tú tienes cien y quieres apostar en una película que cuesta cien y son tus cien, si recuperas esos cien y ganas más, vas a ser tuyos. Pero, si en cambio, esos cien los juntaste entre muchas personas y tú te quedaste con un dos, cuando la película recupera cien hay que devolverlos y tú te quedas con lo que ganaste del dos, siendo que tu esfuerzo es del cien”.*

*“Yo nunca he empezado una película sin saber que la voy a terminar, que no tiene que ver mucho con la calidad del proyecto. Hay gente que se larga a la piscina y que se ganó, no sé, un FONDART para rodaje y que vendió la casa y va todo a todo y se demora diez años en postproducción y finalmente la estrena y de pronto es un hit, y de pronto es un fracaso”.*

Mencionan que para desarrollar la industria es necesario que también se generen producciones que sean menos localistas y más enfocadas a un público global. Ya que además el mercado en Chile no alcanza, en palabras de los cineastas, para desarrollar la industria audiovisual tanto por la cantidad de público, como por la cultura de público espectador poco desarrollada que tienen los chilenos.

El público chileno no está acostumbrado a ir al cine, prefiere los formatos masivos, mediatos y con lenguajes simples como la televisión.

*“Es chico, primero, por la obviedad de ser un país comparado con otro como Brasil, de población pequeña. Pero en el caso del cine es mucho más chico, todavía. Porque el chileno, a nivel histórico, fíjate, no es cinéfilo, por un problema cultural”.*

*“La tendencia en este país, en general, ha sido la contraria, o sea, “no, no te metas con los artistas, son todos raros, son marxistas, comunistas, leninistas todos, no veas leseras, que es todo un rasquerío ir a ver cine chileno. Y de películas no pues, tienes que a ver, qué se yo, la última súper producción yankee típica”.*

Mencionan como contra ejemplo de lo anterior, el desarrollo de la industria argentina y la cultura del público argentino.

*“Te voy a dar un dato: Creo entender que son cinco veces más. El argentino va cinco veces más a ver películas que el chileno. Entonces, una población que es un poco más grande que la chilena, tienes que multiplicarla por cinco. Esa es la diferencia”.*

*“Entonces yo diría que los argentinos quizás son los únicos que han logrado en general una identidad internacional de su cine personal local, ¿No? Lograron internacionalizar su localidad”*

*“Los argentinos lo hacen, en cierta medida, ha logrado crear un cine de identidad de ellos, y el único cine latinoamericano que se compra fuera de Latinoamérica es el argentino, ¿Sabías tú? El resto, una que otro ni siquiera el brasilero, el brasilero es un cine demasiado localista”.*

En ese sentido, es necesaria la formación de público mediante la realización de festivales de cine, marketing y visibilidad de la película.

*“A eso ayudan mucho los festivales de cine que en general están como en ciudades, que forman un público culto que le gusta el buen cine, creo que la aparición de salas de cine también forman público”.*

*“Eso depende con la calidad, con si la película es buena, depende del marketing que hiciste de la película, depende cómo la planificaste, si está financiada bien la película, o si está llena de deudas, que haya un bien boca a boca, que haya buena crítica, como que hay miles de factores”.*

*“El cable son distintas ventas, tú primero vas al cine, después vas al DVD o video, después vas al cable, son distintas ventanas de explotación de una película. En los aviones, no sé po”.*

*“Pero sería bueno por ejemplo, hay una cosa que se llama cuota de pantalla, que es que las películas tengan el suficiente tiempo en pantalla para que la gente alcance a verlas, pasa con las películas chilenas, que hay muy buenas pero que la gente no las pilla porque “ahhh” “En la cama” me han hablado súper buen” y llegas a verlas y ya la sacaron”*

Coinciden en que el desarrollo de la industria cinematográfica en Chile es compleja y depende de muchas aristas. Comentan que incluso en los países donde la industria está desarrollada, se requiere de grandes inversiones en producciones fallidas para lograr posicionar una película que les pueda dar rentabilidad.

*“Les pasa en todas partes, en EE.UU las grandes distribuidoras, las grandes productoras, los grandes estudios, que tienen ya distribución internacional fija, asegurada (porque ellos la poseen, son dueños)... A pesar de todo eso, de cada diez películas que hacen, nueve pierden hasta la camisa”*

No obstante, como contra punto, mencionan que lo único que necesita una película para ser exitosa, es ser una buena producción y que medir una película por el éxito de audiencia, no necesariamente es la meta de todos los cineastas al realizar producciones.

*“El cine puede perdurar en Chile es el que está hecho con pasión y con honestidad por el cineasta. Ahora, tú te vas a encontrar con una enorme fracción hoy día que dice exactamente lo contrario, que dice que para que haya industria tienes que hacer muchas películas que atraigan harto público”*

Para los cineastas, la difusión y publicidad es una etapa más dentro de la producción de la película y, por ende, requiere de planificación e inversión igual que el resto de la producción.

*“Súper importante yo creo, es como otra herramienta más que hay que aprovecharla, o sea, uno no puede pensar que la película está terminada y está lista cuando la terminas, cuando la termina sin editar por ejemplo, claramente tiene que haber una..., un trabajo planificado de prensa desde que se está rodando hasta que después de que se estrene, informando todo lo que está pasando, con los actores, con las novedades que va teniendo la película, con la página web, como con todas las cosas que hay que hacer”*

## TELEVISIÓN

Los cineastas entrevistados, tienen la percepción de que la televisión chilena tiene una escasa participación en el fomento audiovisual.

Esta situación tiene un precedente importante en la dictadura militar, donde el control de los medios de comunicación, no permitía que el cine chileno tuviera visibilidad. Con la vuelta a la democracia, se esbozan algunos intentos desde el canal oficial por fomentar la cultura audiovisual, sin embargo, estos apoyos se realizaron sin continuidad y bajo lógicas completamente comerciales.

*“Los medios de comunicación bajo Pinochet todos controlados, qué se yo, entonces por ningún motivo iban a comprar cine chileno, porque era un potencial enemigo, esta cosa que tienen los artistas de decir lo que piensan es atroz, como “la peste”.*

*“Con la vuelta a la democracia la situación cambia, y comienza a cambiar canal 7, que empieza a relacionarse con cineastas, a exhibir películas chilenas e, incluso, en los primeros años, se hace un acuerdo, si les interesaba el proyecto, te podían dar US\$15.000, pero no en plata, sino en luces, en edición, en cosas de ellos, no en plata. Era un acuerdo así, que no sirvió de mucho, pero sí sirvió para dar el primer paso de la posible relación televisión-cine”.*

Para ellos, la televisión debería tener un rol de promotor de la cultura audiovisual tanto en el financiamiento como en la difusión. Muy por el contrario, pagan muy poco por las películas e invierten poco en difusión. En este sentido las críticas recaen fuertemente en TVN.

*“El sólo hecho que exhiban cine chileno forma público, sin lugar a dudas. O, sea dijimos recién que al cine iban cien mil espectadores, pero resulta que en la televisión lo ven dos millones”.*

*“La televisión se ha portado como el pésimo, porque está TVN, que es “el canal de todos los chilenos”, que realmente es una estafa de mierda, donde te compran las películas por “tres putos pesos” y donde no hacen la labor de coproducir, que es una cosa que están empezando a hacer y tuvieron su primer intento con una mierda “radioactiva” que fue “Rojo”. La película que es como, tú dices, “bueno un canal”, pero nosotros pagamos con nuestros impuestos...”*

Comentan que contrariamente a lo anterior, ante los altos rating que logra el cine chileno en televisión abierta hay cierta tendencia en los canales privados a fomentar las artes audiovisuales.

*“Ahora hay canales más interesante, como chilevisión, que tiene planes de largometrajes, como canal 13 que está apoyando las series, en su canal nacional como en el cable. Se está abriendo espacio, pero yo creo que el canal que debería tener la responsabilidad moral de hacer eso, que es TVN, no lo está haciendo o lo está haciendo pésimo”.*

*“El 13 y chilevisión están interesados porque las producciones han logrado buenos ratings, muy altos, entonces, por consecuencia, les comenzaron a gustar las producciones nacionales. Entonces hoy en día, te lo compran, un poco así, con acuerdos que generalmente te dan la mitad en plata y la otra mitad te la dan en espacio publicitario”.*

La televisión, hoy en día, es representa un importante apoyo financiero, ya que se están comprando producciones, pero aún no se logra establecer “cuotas de pantalla”, cosa que ayudaría mucho al desarrollo de la industria, ya que las producciones se comprarían antes de estar terminadas como sucede en España.

*“Lo que pasa es que en España o en otros lugares hay “cuotas de pantalla” donde el canal obligadamente tiene que comprar películas y tiene que invertir. Y ahí viene cómo el canal invierte”*

*“En España te la compran y es increíble, porque te comprar una película sin saber nada. Te compran la película porque creen en el director, porque creen en el elenco, porque creen en la compañía productora que hay detrás”*

## EL CINE COMO GENERADOR DE UNA IMAGEN PAÍS

Los cineastas entrevistados, consideran que el cine a nivel nacional no posee una identidad audiovisual. Lo que se traslada desde la carencia identitaria con la que históricamente cuenta Chile.

*“De alguna forma Chile tiene la suerte, por un lado, y la desgracia de que somos una pura sucursal de EE.UU, y eso tiene muchas cosas buenas y muchas cosas malas”.*

*“También hablando de un país que tiene un grave problema de identidad. Tenemos un acento que no es conocido internacionalmente. No como los argentinos, que tú vas a España o a cualquier lado y el argentino existe. Nosotros no existimos: no tenemos el tango, la cueca no la conoce nadie...falta ese rollo tenemos ese rollo histórico de ser como apocados”.*

Al respecto concuerdan en que el cine es un medio por el cual se puede generar la imagen de un país y que esta imagen, en el caso de Chile, está más relacionada con figuras extranjeras que locales. Además, mencionan que no basta solo con la identidad audiovisual, sino que la imagen proyectada sea adecuadamente internacionalizada.

*“Si tu cultura audiovisual corresponde a un 97% de películas extranjeras y lo que queda es realizaciones nacionales, claramente te vas a relacionar mucho más con eso”.*

*“Entonces diría yo que los argentinos quizás son los únicos que han logrado en general una identidad internacional de su cine personal y local. Lograron internacionalizar su localidad”*

Para los cineastas entrevistados, el cine es un herramienta eficiente para crear imagen país, porque al lograr instalar en el imaginario lugares, emociones, lenguajes, entre otros, de la cultura de un país, familiariza y otorga sentido de otro desconocido.

*“Yo cuando llegué a España los edificios que yo conocía eran como: “ah, el edificio de “mujeres al borde de un ataque de nervios”*

*“Pero el cine hace imagen del país, es una herramienta. España lo ha utilizado muy bien, o EE.UU: vas a Nueva York y cada centímetro es una locación, es como: “estoy en “Los Cazafantasmas” ahora estoy en “Terminator”. Es como eso, te crea todo un imaginario, si es una de las herramientas más poderosas que hay, un país sin cine es un país sin memoria, y un país sin imagen”.*

Pero además, tiene un beneficio económico directo al promocionar al país en el extranjero, trasladando utilidades al área del turismo y comercio. Sin embargo, esta importancia, señala un cineasta, no se ha asumido desde los gobernantes chilenos.

*“Que es una alimentación al espíritu, como más allá, o sea me parece que es una manera de preservar el país, de demostrar lo que el país afuera, me parece una cuestión súper de exportación, un producto para mostrar Chile afuera, es una forma súper buena de promover Chile”.*

*“Al final eso como que te crea un imaginario. Realmente, o sea, Nueva Zelanda aumentó en un 70% sus visitas de turismo por “El señor de los Anillos” ¡Un 70%! Era como que antes la gente decía: “Que lindo nueva Zelanda, pero ni cagando voy: Una isla, con cuatro millones de tontos, ¿para qué?” Y después de “El Señor de los Anillos: “Oh, mira: Frodo...” Es como el cine puede crear una identidad muy heavy”.*

*“Era horroroso ver cómo eran aplastados en cualquier relación comercial, por no tener imagen”*

*“Un país moderno, de hoy, en un mundo globalizado y comunicado, si no tiene imagen audiovisual, no existe, no existe”.*

Por otro lado, una imagen país no se genera necesariamente a partir de que una película que hable de forma literal de la cultura que representa, sino que el solo hecho de que una película chilena se estrene en el extranjero, es en sí mismo un aporte a la difusión y promoción del país.

Finalmente, es importante mencionar cuáles son las motivaciones y finalidades que tienen los cineastas al momento de producir una película. Para algunos, puede ser que el éxito esté en que la película logre atraer la mayor cantidad de público, especialmente, si se trata de una industria donde las producciones deben tener retorno para que siga funcionando la empresa. Sin embargo, para los cineastas entrevistados, el interés para producir, tiene que ver con emociones más personales que con criterios económicos.

*“Te puedes dar cuenta que mi interés no es el público, conseguir que vayan montones de público a la sala me da lo mismo, mi interés es hacer algo que yo sienta honesto, que a mí me apasione, que a mí me interese”*

*“El cine que puede perdurar en Chile es el que está hecho con pasión y con honestidad por el cineasta. Ahora tú te vas a encontrar con una enorme tracción hoy día que dice exactamente lo contrario, que dice que para que haya industria tienes que hacer muchas películas que atraigan harto público”.*

*“Pero en verdad la clave ha sido así, ha sido hacer una película que a mí me guste, como no pensar en que la película va a funcionar, que va a llenar las salas, sino como todo lo contrario, como una especie de locura”.*

## 10.2 OPINIÓN DE PRODUCTORES

### EL CINE EN CHILE

Para los productores entrevistados, el cine en Chile se ha realizado desarrollando aspectos identitarios de la cultura chilena, lo que se demuestra en las temáticas trabajadas. No obstante, también se observa una línea que refleja las ideas más personales de los cineastas que no siempre están referidas a elementos de la idiosincrasia chilena.

*“Existe otra temática muy puntual. No sé si temática, pero manera de hacer cine, en términos de ficción. Es decir, si tú revisas los documentales que se hacen en este país, básicamente hablan de DD.HH, de culturas indígenas, álbumes familiares, o sea, tirarse hacia atrás, buscar para adentro mi identidad, buscar para atrás mis ancestros. Esos son como los tres grandes temas. Sin embargo, tú te vas al área de ficción y lo que está pasando en este minuto es que estamos haciendo comedias sin mucho sentido”.*

Mencionan que la vuelta a la democracia se caracteriza por una apertura cultural y porque el Estado comienza a fomentar las artes visuales mediante diversos intentos, unos más exitosos que otros, pero se generan los mecanismos para el desarrollo del cine nacional.

*“Por muchas cosas, no porque el Estado también empieza a preocuparse del cine, sino que también se hace una apertura cultural. La gente puede empezar otra vez a decir lo que opina, va de la mano con todo, o sea, así como todo lo que es cultural empezó a resurgir de nuevo”*

*“Mira hay cierta historia desde la transición en adelante, al principio hubo, yo me imagino que esto lo tienes súper investigado, pero lo primero que pasó como para poder hacer películas con aportes del estado fue unos créditos a larguísimo plazo, casi sin interés que dio Banco Estado, con el apoyo de la CORFO, eso no funcionó, pero en ese contexto la tele se metió pensando que iba a ser negocio”*

## EL PAPEL DEL ESTADO EN LA CULTURA

En relación a lo que los productores plantean, el rol del Estado debiera estar orientado a garantizar el acceso de todos los ciudadanos a la cultura, lo que implica fomentar la creación de obras artísticas y generación de marcos legales que permita a la industria audiovisual desarrollarse. En esa misma línea debe velar por la integración del sector privado y expandir el mercado.

*“Yo creo que el rol del Estado es entregar una base de fomento a la cultura, es decir, entregar las posibilidades reales de que la ciudadanía se manifieste culturalmente y se organice culturalmente”.*

*“Porque al tarea de a cultura es una tarea de toda la ciudadanía, por lo tanto la ciudadanía organizada es el gobierno y es el Estado”.*

*“Entonces están todos como tratando de hacer camino para mejorar todo esto en pro del cine. Y como todo, desde que parte de cero se hace difícil, en el fondo, encontrar rutas adecuadas, porque tienes que tener conocimiento del a industria mundial, del mercado a nivel internacional, de todo. Porque la gracias del cine, en el fondo, es que la vea la mayor cantidad posible de gente, no sólo que sea una industria acá, sino que pueda comercializarse internacionalmente”.*

En ese sentido, también menciona que para lograr un funcionamiento adecuado de la industria, el Estado debe remitirse a un fomento general hacia las artes visuales que posibilite y asegure la inversión de los privados. No obstante, para que lo anterior tenga resultados, se deben mejorar las regulaciones y fiscalizaciones existentes, y los privados tener una visión más amplia y modernizadora al respecto.

*“Yo soy particularmente “promercado”, entonces, ojalá fuese casi como una especie de Superintendencia. Para mí, el modelo perfecto es que haya un Estado muy chico y una ley de*

*incentivo fiscal para la creación en general, que permita a todo el mundo privado invertir y así multiplicar las miradas”.*

Por otro lado, consideran los productores que el fomento audiovisual tiene muy poca relevancia. Lo que se ve reflejado en los montos destinados a los fondos audiovisuales que en comparación con otros ítems, son muy bajos. Al respecto, para los productores, la industria audiovisual ha alcanzado un nivel mayor de experiencia y especialización.

Como productores, estos actores plantean que el Estado, al menos, ha declarado la importancia que le atribuye al fomento audiovisual como parte de sus políticas culturales dentro del desarrollo del país. En ese sentido, se ha avanzado mucho con la creación de la ley de fomento audiovisual. No obstante, consideran que estas acciones son insuficientes para lograr que la industria cinematográfica funcione adecuadamente.

*“En materia de cine el Estado ha tenido una participación desde la reincorporación de la democracia, a través de ciertos instrumentos públicos o políticas culturales. Partió en los noventa con algunos fondos concretos al apoyo de la cultura, como es el FONDART, que tenía a su vez una línea audiovisual. Pero una política así estructurada con institucionalidad existe hace como cinco años más o menos, a través de la implementación del Ministerio de Cultura, y de los consejos que abarcan las tres industrias culturales, entre ellos lo audiovisual, con su propia ley del fomento audiovisual, con su propio consejo, su propio fondo. Ahora, eso es espectacular a lo que había hace veinte años atrás, sin embargo sigue siendo insuficiente”.*

*“Nosotros no tenemos, en rigor, una política pública coherente con lo que proponemos como país culturalmente. Nosotros sentimos que tenemos una propuesta cultural para el país que no es apoyada en rigor por el Estado, este se ha involucrado en el tema cultural porque en realidad es como un deber si tú quieres que el país se desarrolle; no existe el desarrollo de un país sin el desarrollo de su cultura, pero no se ha involucrado realmente como debiera estar involucrado”.*

*“O sea, en el fondo yo te estoy diciendo: nosotros queremos abarcar todas estas responsabilidades, pero no tengo plata para hacerlo, entonces el compromiso es como a medias. Entonces, primero lo que debiera ocurrir es que la ley que existe debiera tener el triple o cuatro veces la plata que tiene, para que realmente existiera un desarrollo audiovisual. Y que no pase solamente por financiar la película, desde el guión por supuesto que no solamente para producción, sino para todo el abanico del sector audiovisual como formación de público, que es algo demasiado importante en este minuto.”*

Lo anterior se traduce a que en la práctica, los montos que actualmente son destinados al fomento audiovisual, son incapaces de sostener la industria a largo plazo-

En ese sentido, consideran que es necesario que el financiamiento en materia audiovisual, sea parte de una política estatal donde el Estado destine recursos a la realización de

gestiones que apunten a la promoción del cine en el extranjero, lo que paralelamente es una ventana de promoción cultural y económica para el país.

*“Y eso tiene que ver con políticas públicas , no es que Irán haya hecho que el sector audiovisual iraní haya impulsado algo, sino que están las leyes que ellos crearon atrás, meten plata en distribuir cine para afuera, que establece programas de distribución, de fomento de la distribución, y en ese sentido nosotros estamos súper atrasados. Súper atrasados, nosotros necesitamos, así como políticas importantes, que tengan peso, para la producción de cualquier mercado, a través de CORFO. Es decir, va plata para el vino, los salmones... para el cine también deberían de inyectarle más plata, muchas más de la que se da actualmente”.*

Pero más allá de los financiamientos específicos consideran que el Estado debe trabajar en el desarrollo de una institucionalidad que actúa articuladamente con otros organismos gubernamentales que faciliten las instancias de promoción, difusión y profesionalización de la actividad cinematográfica. Paralelamente mencionan que en fomento de la institucionalidad es esencial en el desarrollo de la organización del sector cinematográfico.

*“Mientras el Estado “no se ponga las pilas” en ese sentido, ni establezca convenios de coproducción con otros países, ayuda a los productores nacionales para estar afuera , ir a un festival, ir a “Cannes” significa una gran inversión que privadamente es imposible que un productor lleve a cabo, es imposible. La ganancia para este país que haya un stand de Chile, o un productor chileno con una película allá es enorme, es enorme, por lo tanto el Estado tiene que involucrarse con políticas concretas, por ejemplo un chico de acá fue a “Cannes” el año pasado, le dieron todos los fondos para ir y todo... pero este chico no ha hecho ni una sola película... entonces le están dando espacio a gente “potencial”, creo que no está ben... mínimo debería tener una película, mínimo.”*

*“Actores y gestores culturales no tenemos en el sector, eso es lo que nos hace falta, nosotros en eso tenemos una inmadurez súper importante todavía. Como venimos de un hoyo cultural súper grande, y creo que en ese sentido todavía tenemos como grandes carencias. O sea, hablando así como en términos gremiales, en términos sectoriales, en términos de afiarnos, de organización social, de participación social, nos falta mucho, imagínate que Valparaíso es capital cultural de Chile... y aún así no contamos con nadie que nos fomente, ni nos apoye... solos tenemos que buscar todo y es difícil trabajar con gente del medio... difícil.”*

Un punto que desatacan en el rol gubernamental dice relación con el hecho de que el público en Chile asista al cine a ver las producciones chilenas. Sugieren que el Estado puede realizar intervenciones que apunten a la educación audiovisual y al fomento de la asistencia al cine a ver películas chilenas.

*“Porque el mercado es pequeño, porque hay que agrandarlo y porque hay un potencial que no se ha desarrollado, los chilenos ven cine y series chilenas... mira lo que pasa con “Los 80” todo el mundo lo ve...tenemos más o menos entre el 11% y el 14% de asistencia a producciones chilenas en los cines. Si nosotros hiciéramos una formación de público adecuada*

*con políticas de formación de público, podríamos aumentar ese porcentaje, y eso significa preservar la cultura local, porque lo que está pasando en este minuto es que la gente prefiera ir a ver cine gringo. Entonces es súper difícil preservar las culturas locales si tú no haces políticas de desarrollo de público”*

*“Por eso mismo, porque si tú tienes el “Código Da Vinci” y tienes una película chilena, estás tirando a competir una película chilena con un exitazo a nivel mundial. También creo que es por un tema del público, recién el cine está empezando a surgir y no hay un acostumbamiento de la audiencia a ir a ver cine chileno. Entonces en una primera instancia creo que quizás a largo plazo no, pero en una primera instancia creo que eso se tiene que proteger”.*

El financiamiento y el fortalecimiento de la institucionalización tiene un rol fundamental para que la industria audiovisual logre ser auto sustentable, ya que por las características que presenta el mercado audiovisual en general (público reducido, carencias culturales, entre otros), sería imposible que se desarrolle sin el apoyo estatal.

*“En Chile no, eso pasa en Argentina, y te explico por qué. El Estado argentino invierte US\$80.000.000 al año en hacer películas y series, y claro, los argentinos hacen 550 películas 20 series al año, de las cuales el 80% son financiadas en su totalidad por el Estado, entonces ellos no tiene ninguna necesidad de recuperar”.*

*“No pues, y no se va a recuperar, porque Chile es un mercado muy pequeño, yo creo en eso, yo creo que tiene que existir leyes de incentivo fiscales que hagan filantropía con eso”*

*“Estilo mecenazgo, porque no existe ninguna posibilidad de que el área audiovisual que existe en Chile se desarrolle y forme una industria... al menos ahora no, necesitamos mucha plata para eso, además que no tenemos espectadores para que lo sea”.*

Por otro lado, si bien reconocen los avances que se han hecho en la materia, plantean algunas deficiencias con respecto al fomento de la industria audiovisual, como la falta de sistematización en el apoyo y las carencias que observan en los profesionales que ocupan cargos en el gobierno relacionado con las áreas de la cultura audiovisual. Respecto a esto último, mencionan que la mejora en este aspecto contribuiría positivamente en la concursabilidad de los proyectos.

*“Entonces yo creo que el apoyo está con un tambaleo, principalmente por un tema de desconocimiento; es un punto de vista súper persona, pero desconocen realmente la industria, tener gente en Chile que este en esos puestos y que conozca a fondo lo que está sucediendo afuera con el cine... es algo impresentable, siempre los gobiernos trabajan no con personas idóneas al cargo, sino que con el que voto por él”*

*“Pero sí, yo creo que falta gente que esté en esos cargos o asesores que estén en esos cargos, que estén en contacto directo, porque son puestos como gubernamentales, son puestos estatales. En el fondo, que de alguna manera cumplen ciertas normas y todo, entonces, la*

*asesoría de gente que esté en la industria, yo creo que esa es la principal falta que hace... se necesitan personas que cachén del tema, no hijitos de papá que llegaron al cargo por cuña”*

*“Quizás lo que falta es una coordinación entre los diferentes agentes gubernamentales que otorgan fondos de financiamiento. Hoy en día hay fondos desde la pre-producción hasta la distribución, pero eso no necesariamente significa que un proyecto que fue apoyado en la pre-producción después tenga apoyo en todas las siguientes etapas. Entonces se da muchas veces que los proyectos tienen ayuda en diferentes etapas y quedan cojos”.*

*“Pero creo que hasta ahora los pasos que se han dado son los correctos”.*

*“Un organismo sabe qué proyecto ganó en los fondos pasados, pero eso no significa que te vayan a dar el apoyo en el siguiente. También me parece que eso refleja un poco la discordancia entre los organismo”.*

*“Por eso mismo, porque si tú tienes “Harry Potter” y tienes una película chilena, estás tirando competir una película chilena con un exitazo a nivel mundial con la película chilena. También creo que es por un tema del público, recién el cine está empezando a surgir y no hay un acostumbramiento de la audiencia a ir a ver cine chileno. Entonces en una primera instancia creo que quizás a largo plazo no, pero en una primera instancia creo que eso se tiene que proteger”*

#### INDUSTRIA CULTURAL

Para estos actores el cine chileno tiene mucho potencial no desarrollado para posicionarse en la línea del cine independiente, ya que a nivel de las grandes majors es prácticamente imposible competir en tanto nivel de inversión, distribución y difusión.

*“Nosotros que hacemos cultura audiovisual independiente, independiente de una gran industria que está detrás. Es súper complicado para nosotros producir cine en esas condiciones, pero además tenemos que competir con los productos industriales que viene de EE.UU por ejemplo. Entonces,, claramente entramos en una desventaja enorme, porque una película gringa llega a Chile con muchas copias, con mucho presupuesto de publicidad, de difusión, de marketing y nosotros”.*

*“Se nos exige que funcionemos como lo más globalmente posible, lo más liberalizadamente posible, pero para eso tienes que tener mucha plata, tienes que tener muchos recursos, tienes que tener muchas lucas. Porque en el fondo te exigen competir con cualquiera, pero en unas condiciones súper desventajosas, por suerte ahora con esto de las redes sociales, es un poco más fácil hacer publicidad, pero hasta cierto punto no más”.*

En ese sentido, mencionan que lograr un posicionamiento a nivel internacional, pasa por el desarrollo de una política de gobierno que otorgue las garantías para la promoción y protección de la industria audiovisual. Lo que implica la generación y estructuración de un organismo que fiscalicen y pongan en práctica estas políticas, personas idóneas.

*“Toda película tiene su mercado. Toda película: desde aquellas que van para el “Oscar” hasta esas que son horrorosas, todas tienen un mercado, siempre hay alguien que le gusta la película. O sea, en ese sentido, el cine chileno tiene todas las condiciones para estar en cualquier parte del mundo y de estar como cualquier otra cinematografía, no tenemos ninguna desventaja en eso. Nuestras desventajas pasan exclusivamente por las políticas públicas”.*

*“La ganancia para este país que haya un stand de Chile, o un productor chileno con una película allá es enorme, es enorme, por lo tanto el Estado tiene que involucrarse con políticas concretas”.*

*“Por eso mismo, porque si tú tienes “Harry Potter” y tienes una película chilena, estás tirando a competir una película chilena con un exitazo a nivel mundial con la película chilena. No se puede dejar al mismo tiempo en cartelera una película tomando los mismos parámetros de medición”.*

Por otro lado, estos actores como productores de cine, opinan que el posicionamiento del cine chileno a nivel mundial, está muy ligado el posicionamiento que se logra a nivel regional. En ese sentido, el cine chileno figura en el mundo como cine latinoamericano. Es decir, no existe un posicionamiento de forma independiente, para lo cual sería necesario racionalizar y diferenciar el cine nacional del resto de la región. Por lo mismo, mencionan que actualmente los valores monetarios de las producciones nacionales en el extranjero, son muy bajos.

*“Lo primero que tengo que decir es que el cine se identifica en el mundo regionalmente, o sea, los europeos tienen que comprar películas latinoamericanas. Los latinoamericanos o en el cine gringo o el cine europeo. El mercado asiático es súper grande para los europeos y para los norteamericanos, pero chico para los latinoamericanos, o sea, así se conversa en el cine. Entonces, si yo me tengo que comparar con la región, creo que todos hacen cine por lo mismo. Aquí no hay un objetivo industrial per se, la mayoría de los autores hacen cine porque se quieren expresar”.*

*“Las compras del cine chileno son muy bajas a nivel monetario, te dan la posibilidad de estrenarlas, las compras netas son bajas en valor pro hay que ver cómo les va en cuanto a espectadores y eso tiene que ver como el distribuidor haga su campaña. Ahora están dando apoyo para financiar estrenos en países de afuera, que una fundación netamente para eso, y se agradece igual, lo que pasa es que principalmente yo creo que todavía nos ven como un país chiquitito y todo, no compran por mucho dinero, esperan más los resultados que tenga la película”.*

Los productores entrevistados, señalan la importancia que tiene la participación del sector dentro del financiamiento de las producciones audiovisuales, ya que dado los altos costos que involucra una producción, la combinación de capitales es una opción fundamental. En ese sentido, se aprecian dificultades en el ingreso de capitales privados ya que es una industria, que en su actual desarrollo, no asegura retornos económicos inmediatos.

*“Indudable que uno de los grandes problemas es el financiamiento, cómo financiar una película, o sea, financiar una película es una tarea titánica, realmente titánica, que te puede tomar años. Y pasa por que no existe... primero no existen demasiadas ayudas públicas, y segundo, tampoco existe el entendimiento en los privados, o la confianza en los privados de invertir en estos “negocios” que son más riesgosos que otros, por lo tanto, financiar una película es uno de los primeros grandes problemas”.*

*“Si, se han metido, pero de una manera tímida, los privados ni tienen mucha confianza en este negocio”*

*“Porque el cine también puede ser un negocio, por eso se llama industria audiovisual, de hecho, pero es un negocio de alto riesgo, es un negocio difícil de implementar”*

No obstante, también los productores consideran que el sector empresarial, debe enfrentarse de manera distinta a esta industria, ya que tiene una lógica de largo plazo donde no se pueden anticipar las ganancias fácilmente. En ese sentido, actualmente, se ha comenzado a formar las relaciones de confianza entre la industria cinematográfica y el sector privado. De todas maneras, mencionan que los privados sienten mayor seguridad de invertir cuando una película demuestra solidez y ha recibido en alguna de sus fases apoyo estatal.

*“Entonces, yo creo que lo que está pasando en este minuto es que hay muchos privados que se han involucrado en cine y que no han quedado contentos con la experiencia, porque, efectivamente, esto no es como meter plata en la bolsa. Aquí realmente las lógicas de la industria audiovisual no son tan lógicas, entonces lo que está ocurriendo es normal. Es una tarea a largo plazo que lo tiene que ocurrir en términos de la confianza entre el privado y el productor”*

*“Hay interés por aportar privadamente a las obras, ahora todo tiene que ver con el resultado que estas tengan ,pero si hay empresas que están apoyando y cada vez más, porque de alguna manera yo creo que creen en el surgimiento de la industria, en este nacimiento, en las muchas películas que se están haciendo, se busca financiamiento privado y se encuentra cuando el proyecto tiene una solidez y cuando se tengan los fondos ganados en la etapa del proyecto”*

Otro punto importante, tiene relación con que el marco legal, no está facilitando la participación de los privados en el sector audiovisual, específicamente la figura comercial del cine, no puede ser acreedora de las leyes que fomentan los capitales privados en proyectos culturales.

*“Lo que pasa es que la ley de donaciones culturales plantea que las obras financiadas por la ley no pueden lucrar, por lo tanto, bajo esta lógica, nosotros no podríamos cobrar entradas en el cine, eso no es permitido, y por ahí podrían salir muchas lucas, y podría ser interesante digamos, para los privados. Entonces todo pasa por las políticas públicas”.*

Respecto a los tratados internacionales y coproducciones, plantean que actualmente existen acuerdos bilaterales que han logrado los productores para generar coproducciones.

*“Nosotros tenemos un acuerdo iberoamericano de producción, lo que quiere decir que cualquier país de habla hispana, cualquier país, iberoamericano, puede coproducir entre dos más países. Además de eso tenemos algunos acuerdos bilaterales con Cuba, el cual se concretó hace súper poco, así como hace un mes, uno con Venezuela bien viejo, tenemos uno con Rusia, pero el problema es la burocracia y el idioma en el caso de Rusia, para acceder a estos tratados se necesita hartó tiempo...”*

En ese sentido, los productores mencionan que las coproducciones son muy positivas para la industria porque además de permitir el ingreso de mayores capitales, actúa como mecanismo para ampliar los mercados y, de esa forma, garantiza una mayor distribución y respaldo para la película. Señalan como un elemento a favor la mediación de entes gubernamentales en los acuerdos de coproducción, ya que amplía las garantías para la diversidad de producciones nacionales.

*“Son importantes porque tenemos un mercado muy pequeño. O sea, por más barata que sea tu película, es imposible recuperar la inversión sólo con el mercado chileno. Es imposible..Entonces, estamos obligados a ampliar nuestros mercados, y la manera de ampliar los mercados es a través de coproducciones, implica que se involucre un elenco internacional, por lo tanto tu película es más fácil de meter en otros mercado, etc.”.*

*“Lo que tiene un montón de implicancias positivas, no solamente que tú película tiene más público, sino que das a conocer tu país en el otro, estableces lazos de confianza. Mejorando lazos de confianza, aumentan las posibilidades de más coproducciones, y además que si se involucra el Estado entrega una especie de garantía, porque si las relaciones son sólo como entre empresas, que es el caso de las coproducciones, me albergo en un paraguas que se llama acuerdo de coproducción, que es un instrumento internacional. Si Chile tiene que distribuir cuatro películas argentinas, no necesariamente va a distribuir las cuatro películas más taquilleras argentinas, sino las más independientes. Entonces le estás dando cabida”.*

*“Te da un respaldo un cierto respaldo, siempre en cualquier proyecto cuántas más personas puedes tener involucradas, que ese le va dando un respaldo al proyecto”.*

Con respecto a la profesionalización del área los productores tienen sus opiniones, mencionan que la industria no está preparada para absorber la sobre oferta de profesionales que se ha producido en el sector, tanto porque aun no existen los mecanismos para que las películas lleguen adecuadamente al espectador, como porque el mercado nacional es muy pequeño.

*“Es súper fácil, nosotros no somos industria, porque las industrias tienen mecanismos industriales que nosotros no tenemos, o sea, nos falta mucha profesionalización”*

*“Nosotros como profesionales tenemos grandes carencias. En este país todo es producto de booms, de las modas digamos. O sea, de repente se puede de moda la carrera audiovisual y cine y ahora egresan más de trescientos... Solo el valpo... Imagínate sin contar los*

*de Santiago...Sin embargo, a pesar de que egresen tanto profesionales, hay muy pocos que realmente son capacitados y especializados con competencias, muy pocos son los que sirven”*

*“Nosotros debemos tener una tasa de cesantía o de... ¿Cómo se llama cuando te alejas de tu sector y te dedicas a otra cosa? Altísimo, Altísimo, nuestro mercado es muy reducido, es muy reducido. Y claramente, eso se ve también porque casa película es un esfuerzo individual, aún, no existe todavía un camino trazado por donde yo vaya abriendo puertas y haciendo mi película, sino que cada película es una iniciativa individual, pero no tenemos ningún rasgo de industria todavía.”*

Por otro lado, se menciona que el nivel técnico de las producciones nacionales tiene un grado de profesionalización y de desarrollo a nivel de las industrias más desarrolladas, pero que en cuanto a productores y directores, la formación en Chile ha sido completamente autodidacta y pragmática. Específicamente, en el caso de los productores, señalan, que la formación recibida en las universidades no se ajusta a la realidad profesional

*“En términos técnicos, ninguna, nosotros tenemos la misma calidad que los gringos, que los europeos, que los asiáticos. En términos de directores de foto, sonidistas, camarógrafos, directores, eléctricos, gaffers, de todo, maquillaje, arte, vestuario. En todo eso, estamos absolutamente igual que cualquier país, porque muchos de nuestros profesionales se han ido formando con la experiencia, se han ido capacitando en talleres de afuera”.*

*“En lo que tenemos carencias es en términos de productores y guionistas. Esas son nuestras dos como “patas cojas”, productores porque no existe la manera de formarte como productor en este país. O sea, los que somos productores nos hemos formado exclusivamente por la experiencia”.*

*“Hasta el día de hoy no existe la especialización de producción, que es cómo organizar un rodaje. Es eso, no te enseñan cómo producir una película, que es cómo sabes hacer un negocio, cómo ser un gestor cultural, no te enseñan cómo ir a pedir plata a un fondo público, no te enseñan cómo hacer un canje publicitario, cómo formular un plan de negocios, un plan de financiamiento, cómo metes tu película en un mercado”.*

*“Lo que faltaría, si, es implementar políticas de profesionalización a los productores, urgente”.*

Señalan en esta materia, algunos avances positivos en el hecho de que se estén financiando guiones, pues esto permitirá que en el mediano plazo, mejore la calidad de las producciones. Además ha habido nuestros impulsos a cine nacional, con algunos directores jóvenes que están figurando en el mundo audiovisual.

*“Es decir, hace unos cinco años se implementó un fondo para la escritura de guiones, que realmente el universo es otro, cuando tú puedes darle plata a autores para que se encierren a escribir ideas, que son cosas que se van a ver reflejadas en términos positivos, en varios años,*

*mientras más inviertas en ese sentido, más pronto vas a tener mejores resultados y mejores guionistas y mejores películas. Así es que, en ese sentido está súper bien”.*

Otro punto que plantean los productores, es que la industria cinematográfica en Chile no permite que los profesionales logren rentabilidad económica, para lograrlo es necesario dedicarse a la realización de cine publicitario y televisión.

*“Casi no existe gente que trabaja exclusivamente en cine”*

*“El mercado laboral es la realización de cine publicitario, que es una industria grande, grande, en el contexto chileno, por favor dimensionémonos,, pero la publicidad sí es una industria grande, y el mercado de la televisión, y yo, para hacer cine, hago televisión, si no, sería absolutamente pobre”.*

En ese sentido, las escuelas de cine en la formación de los profesionales, siempre han enfatizado la realización y producción cinematográfica desplazando áreas tan importantes para el éxito de una película como la gestión y distribución de los proyectos.

*“Si, pero básicamente es porque está recién surgiendo, las escuelas de cine recién se están incrementando que no es sólo hacer la película, sino que tienes una película y después nadie la ve, están recién incrementando cursos de distribución de traducción que antes no había. Nosotros cuando estudiamos apenas teníamos un curso de producción o de distribución. Yo no conocía la palabra distribución, entré a trabajar y era otro mundo. La película va a estar dentro de una serie de películas”*

*“Yo creo que hoy en día el que entra a estudiar cine o comunicación audiovisual sabe que le van a decir que si va a estudiar cine se va a morir de hambre, eso todavía está en la conciencia popular, eso es algo que hay que erradicar también”*

Finalmente, respecto al crecimiento de las escuelas de cine y por ende, de profesionales en el sector audiovisual, señalan que si bien ha sido por un factor de moda, se requiere de mucha vocación y esfuerzo para dedicarse al cine y que además, se ha contribuido a que se democratice la profesión.

*“Igual en las escuelas de cine sigue habiendo harta gente que se inscribe porque está muy de moda, pero muy pocos llegan hasta el final y consiguen una motivación para el resto de la vida. Hay otros que salen de las escuelas como nuestra generación y se dedican a otra cosa. Hay generaciones anteriores que han estudiado esto, yo creo que igual tienes que tener una vocación grande, que tiene que gustar mucho el cine y tienes que encontrar la arista, si vas a ser artista neto o cineasta”*

*“¿Pero no es un círculo muy cerrado o de elite? No, yo creo que antes podía ser, ahora no”.*

En relación a lo planteado por los productores, a la industria cultural en Chile le falta desarrollar muchos aspectos para consolidarse, y en ese sentido, tiene algunos vacíos culturales y

sociales dado que, por el gobierno militar, hubo un período en que no se produjeron películas nacionales. La carencia principal de nuestra industria cinematográfica es que no logra ser autosustentable.

Sin embargo, mencionan que actualmente se ha producido aportes importantes a la industria audiovisual, como lo es la incorporación de gestores culturales.

*“Antes del sesenta Latinoamérica era uno de los países que hacía más Cine, después del golpe cayó y las obras que se hicieron durante la dictadura se dividen en las personas que estaban en el exilio, que igual hicieron muchas películas y algunas que se fueron haciendo acá. Pero igual yo creo que es desde los noventa recién empieza a levantar lo que es el cine.”*

*“Nosotros en eso tenemos una inmadurez súper importante todavía. En este país cuesta mucho la organización social, por temas históricos y por temas de identidad que a mí me cuesta terminar de entender, nos cuesta mucho gestionar nuestras cosas, pelear con nuestras cosas. Y además que culturalmente como venimos de un hoyo cultural súper grande, y creo que en ese sentido todavía tenemos como grandes carencias. O sea, recién hace un par de años se estableció por el el reconocimiento, digamos, de esta figura del gestor cultural”.*

Una de las situaciones mencionadas se refiere a la falta de mecanismos establecidos para la producción y distribución de una película, a la falta de absorción de mano de obra a un reducido mercado nacional, todo lo cual actúa como causa y consecuencia de la falta de financiamiento.

*“Hay muchos que se quedan en el camino, y, claramente eso se ve también porque cada película es un esfuerzo individual, aún no existe todavía un camino trazado por donde yo vaya abriendo puertas y haciendo mi película, sino que cada película es una iniciativa individual”*

*“Indudable que uno de los grandes problemas es el financiamiento, cómo financiar una película. O sea, financiar una película es una tarea titánica”*

*“Yo creo que ese es el principal problema del cine chileno, la falta de mercado, sobre todo a nivel nacional, pero es por lo que te digo, va de la mano, primero, calidad de lo que el público chileno espera ver de una obra nacional, a crear la costumbre de la población chilena a ir a ver cine”.*

Sin embargo, para estos productores, la falta de financiamiento no pasa solo por un mayor ingreso en términos monetarios, sino también porque no se han grado implementar técnicas más económicas que posibiliten abaratar costos en la cadena de producción.

*“Que yo haga una película no implica solamente que yo salga a la calle con una cámara de mi casa y haga una película y vuelva a mi casa y la edite en mi computador, sino que implica meterla en un mercado, etc, o sea, terminar con la cadena de producción, que es la distribución y la difusión y todo. En ese sentido, en esa última etapa de la cadena, que es la*

*distribución y la difusión, y todo. En ese sentido, en esa última etapa de la cadena, que es la distribución, todavía no existen los estándares, digamos, para que realmente los productos audiovisuales sean mucho más baratos, mientras no existan las salas digitales en muchas partes, satelitales, etcétera. No podemos todavía hablar de que realmente el cine abarató sus costos”.*

Al respecto, los mecanismos actuales de distribución y visibilidad en salas de cine con que cuenta la industria nacional, perjudican a las producciones minoristas y al cine con que cuenta la industria nacional, perjudican a las producciones minoristas y al cine chileno, ya que dependen fuertemente del marketing que se realiza antes del estreno y de los acuerdos comerciales que se establecen con antelación entre las grandes distribuidoras norteamericanas y las salas de cine.

*“Las salas están contratadas también por las grandes empresas gringas. O sea, las majors obligan a las salas de cine a tener sus películas, bloquean salas para tener sus películas. Por lo tanto, la única manera de mantenerte en una sala es que efectivamente, el primer fin de semana hagas muchos espectadores, muchos. Entonces hay toda una estrategia de marketing que seguir para que eso ocurra, y que eso va más allá de que tu película sea buena o mala, digamos. Después ya empieza a correr el boca a boca, y finalmente es el “boca a boca” el que manda. Claro, mientras más plata tengas para involucrar en marketing, más gente va a ir el primer fin de semana, y eso proyecta de alguna manera, el comportamiento de la película para ganar”.*

## TELEVISIÓN

Para los productores cinematográficos entrevistados, la relación entre la televisión y el cine es muy débil y basada principalmente por aspectos comerciales. Plantean que en países con industrias más consolidadas el trabajado conjunto de ambos sectores audiovisuales está definida legalmente y opera de forma eficiente para el desarrollo de la cultura audiovisual.

*“Cuando nosotros hablamos de sector audiovisual dejamos la televisión, independiente, o sea, a diferencia de muchos países, en este país no existe una relación televisión sector audiovisual, lo que existe es una relación de negocios, nada más, o sea, ciertas personas producen contenidos para los canales, los negocian, los venden, y la televisión le compran al sector ciertas cosas, esa es la relación que hay.”*

*“Los canales compran series de televisión y tienen ciertas relaciones con ciertas productoras, que son como proveedores externos de contenido, pero es una relación de negocios, se sientan una vez al mes en un escritorio a negociar las lucas. No existe una relación sectorial, política, fomento, de trabajo en común, nada... Lo que para nosotros es gravísimo, es súper grave. O sea, claramente la tendencia internacional apunta a que la televisión se involucre en el audiovisual. En los países desarrollados la televisión es coproductor del cine, por ley tienen que desembolsar una parte de sus ganancias y derivarlo al sector cinematográfico”*

En ese sentido, como la relación de las productoras con los canales de televisión e remite a una especie de internalización que realizan los canales para la producción, principalmente series. La razón de esto, es minimizar los costos por parte de los canales como también aprovechar la especialización técnica que logran las productoras.

*“O sea, está comprobado también que la calidad no está dentro de la televisión, está afuera, por eso es que la tendencia es a externalizar también a producción de contenidos. Las series no se hacen dentro de canales, no sólo porque te sale más caro, sino porque tu logras más calidad con los profesionales de afuera. Tienes mejores creativos, tienes mejores técnicos, tienes más ideas. Vienen del mundo audiovisual, de las películas, entonces es una relación beneficiosa para ambas partes”.*

Por otra parte, mencionan algunas deficiencias respecto a la institucionalización que permiten irregularidades en el funcionamiento de los derechos de autor. Además, las organizaciones existentes no han logrado trabajar conjuntamente en el fomento de las coproducciones.

*“Existe una ley de televisión, existe un Consejo Nacional de Televisión, que a nuestro entender es inoperante, no cumple con sus labores básicas, no se preocupa. O sea nosotros somos víctimas de muchos abusos de los canales, muchos”*

*“Existe una ley de propiedad intelectual, y los canales tienen unas negociaciones realmente ilegítimas con el sector, en torno al derecho de autor. Un Consejo Nacional de Televisión debiera tener como prioridad, también, fomentar que eso no ocurra, no es posible que sea más importante privilegiar a un canal de televisión, que es una empresa privada, pisoteando al sector audiovisual, en todo su sentido”.*

*“Debiera ocurrir que, primero nosotros como sector debiéramos tener cierto grado de representatividad en el Consejo Nacional de Televisión, que no tenemos. Al revés sí, el Consejo Nacional de Televisión, que tiene un representante en el Consejo Audiovisual, porque nosotros lo pedimos así.”*

Lo anterior se debe a la falta de compromiso de la televisión con el cine chileno y la falta de visión conjunta que tiene la televisión. Lo que en la práctica se traduce a que los canales de televisión no invierten en coproducciones de largometrajes nacionales. Al contrario, compra las producciones una vez terminadas y estrenadas.

*“Absolutamente, son éxitos. Cualquier ciclo de cine chileno es un éxito en la televisión. Entonces son comportamientos que hay que cambiar. PO sea, los canales, de verdad que llegan a tal extremo que ni siquiera nos ayudan a difundir el Día Nacional del Cine, ni siquiera nos ayudan con eso. Aludiendo a argumentos baratos y que no corresponden, digamos, en términos de que el Día del Cine, es un día que produce plata y que por eso no podemos fomenta el día del cine. Realmente su nivel de compromiso es no entender cómo funcionan las*

*cosas, porque además, ellos realmente se benefician mucho de nuestro sector. Debiéramos ser una sola cosa en el sector audiovisual”.*

Otro punto importante mencionado se refiere al hecho de que la exposición de las películas por televisión favorece al público y a la industria cinematográfica, por un lado ayuda a la educación del público en materia audiovisual, por otro favorece la promoción y difusión del cine chileno. Sin embargo y, con traste con lo anterior, para algunos productores, la incidencia de televisión como plataforma de difusión para el cine, no es tan importante.

#### EL CINE COMO GENERADOR DE UNA IMAGEN PAÍS

Para los productores entrevistados, el cine tiene características que son propias de la identidad del país. Mencionan que se requiere de un análisis profundo para ver cómo la identidad chilena se refleja en el cine. Pero se puede decir que en los documentales se observan aspectos políticos, étnicos y de derechos humanos que atraviesan las temáticas. Por otro lado, también puede verse en el área de ficción del cine nacional, la cuota de ambigüedad de la identidad chilena.

*“Absolutamente, absolutamente, lo que pasa es que para medir ese reflejo tú tienes que hacer un análisis mucho más profundo, abarcando más audiovisual”*

*“Es decir, si tú revisas los documentales que se hacen en este país, básicamente hablan de DD.HH., de culturas indígenas, álbumes familiares. O sea, mirarse hacia atrás, buscar para adentro mi identidad, buscar para atrás mis ancestros. Esos son como los tres grandes temas”.*

*“Por un lado hacemos documentales de búsqueda, de búsqueda, de búsqueda para saber quiénes somos, para donde vamos, de rescate; y por otro lado estamos haciendo comedias sin mucho contenido, bueno están los 80, pero es lo único como “de valor” que existe en pantalla, porque casi todo lo bajan”*

*“Todos los países han hecho una especie de terapia con su cine”*

En ese sentido, se puede afirmar que el cine cumple un rol en la identidad del país. Sin embargo, no se produce un reflejo ni único, ni estático, sino que corresponde a la mirada que le otorga el cineasta, pero siempre va a ser una interpelación a las representaciones y referentes de nuestra cultura.

*“El sentido de hacer cine es inminentemente idiosincrático, el sentido de hacer cine es para que nos podamos ver, es un espejo, es la posibilidad de contar nuestras propias historias para que desde ahí nos paremos a mirar el mundo”.*

*“bueno, hay muchos chiles como películas, y cada uno tiene una visión de cuán genuino y auténtico es el rollo que plasmó en la película”.*

Finalmente, también existe la visión de que el cine chileno refleja la falta de identidad del país en el sentido de la tendencia a borrar lo existente y copiar culturas extranjeras como la norteamericana.

*“Yo creo que no, bajo mi punto de vista tiene un problema de identidad serio en donde nos agarramos de alguna manera a los gringos, y de otra manera a distintas cosas, y por lo mismo Chile cuesta identificarlo culturalmente. Borrarnos nuestro pasado porque no hay claridad de las etnias. En el fondo no han logrado transmitir a nivel más claro un cine puro, un cine con identidad”.*

## CAPÍTULO XI. CONCLUSIONES FINALES

La cultura presenta muchas áreas de potencial reconocimiento económico, una de estas áreas es la Industria Audiovisual, la que se ha desarrollado en este último tiempo de una manera emergente, de modo que esta investigación sirvió para arrojar datos que permitan detectar las debilidades para que se puedan generar las estrategias necesarias para rectificarlas y fortalecerlas y finalmente, permita a los actores del área detectar sus potencialidades.

Existe una falencia por parte del Estado en cuanto a la diversificación de los fondos de financiamiento para la industria y la necesidad de una clara definición en torno a las estrategias económicas y comerciales.

Los esfuerzos realizados por la industria cinematográfica en Valparaíso, permiten que el cine y la televisión sólo se manifiesten como un cuerpo vivo, mas no como un ente en permanente desarrollo y evolución como lo era antes.

La producción audiovisual, en especial el cine, presenta elevados costos y tasas de retorno o recuperación por cada persona que asiste a las salas. Esto genera que para tener una industria rentable es necesario que los volúmenes de mercado sean altos, por lo tanto es necesario tener una demanda importante por parte de la población hacia las producciones nacionales.

Por otro lado, se ha dejado de lado el fomento a la innovación tecnológica y a la diferenciación del producto, es decir, no se han dado los impulsos necesarios para la construcción de salas de cine digital y la exhibición en espacios no convencionales, esto permitiría dar un nuevo impulso al cine nacional y regional generando nuevas estrategias competitivas que permitan bajar los costos, mejorar la calidad de los filmes y ampliar la cantidad de espectadores.

En el país las coproducciones se han convertido en una alternativa real de financiamiento ante la falta de los recursos estatales y privados. Pero además, tienen un importante rol en la ampliación del mercado y el público, permitiendo la internacionalización de la producción y promoviendo el conocimiento de autores nacionales en otros países y latitudes. Es el caso de jóvenes cineastas como Matías Bize y Nicolás López, que debido al éxito de su producciones en el último tiempo, participan de coproducciones, permitiéndoles un reconocimiento y financiamiento para producir nuevas obras, las cuales se presentan ya no solo como una realización con proyección nacional, sino internacional.

En esta perspectiva, una alternativa real de posibles recursos para la realización y la producción, son los acuerdos internacionales. Ejemplos de ellos son Ibermedia, tratado suscrito por los países Iberoamericanos, que financia proyectos a través de fondos Concursables, permitiendo generar ventajas competitivas e impactos positivos para las producciones nacionales, este tratado se firmó el año 1999 y a coproducido películas como Mi mejor Enemigo,

B-Happy, El Rey de los Huevones, Cachimba, Machuca, Fuga, Promedio Rojo, 31 minutos, entre otras.

Actualmente Chile ha realizado acuerdos de cooperación con naciones latinoamericanas y mundiales como Venezuela, Brasil, España, Argentina, Francia, Cuba y Canadá, no obstante, para que estos acuerdos sean de real alcance y funcionamiento, debieran difundirse de mejor manera. A modo de ejemplo, los entrevistados de esta investigación, reconocen los convenios pero no los utilizan, esto producto que es engorroso y burocrático su funcionamiento.

A nivel nacional como a un nivel local coinciden en que es necesario incentivar la exhibición y la distribución de las producciones nacionales, ya que si bien se ha diversificado en el último tiempo, aún falta para que las producciones nacionales puedan estar en todo el país; estas dos etapas se observan tremendamente debilitadas por la fuerte presencia de industrias multinacionales y norteamericanas.

Actualmente en Chile no existen salas de cine que presenten opciones para la exhibición especializada de producciones nacionales, ni cuotas de pantalla específicas, tampoco existen subsidios que permitan disminuir o amortiguar impuestos, sólo se observan algunas salas alternativas más cercanas al cine arte, que no dan cuenta de la relevancia de la producción y la distribución de los filmes chilenos.

En Valparaíso la visión de la industria es aún emergente y no existe un modelo de negocio implantado en el área, por lo mismo no existe un mercado complementario de exhibición, el que incluiría la venta de productos de merchandising y objetos asociados, que en comparación con el cine norteamericano, es parte importante de su facturación. La industria audiovisual que existe, depende sólo de la venta de entradas al público.

La formación de público es otra área vital de trabajo, ya que el Estado no ha tomado un rol transformador en este aspecto, si bien se han hecho esfuerzos, aún no existen políticas educacionales que ayuden a la formación de futuros públicos. Esto configura una realidad formativa débil y elitista, pues el consumo de cine depende netamente de variables familiares, socioculturales, etáreas, psicológicas, entre otras. Las políticas estatales de desarrollo educativo para el área audiovisual, establecerían nuevas generaciones con conocimiento del área, creando nuevas demandas con una calidad cultural y crítica superior. No es rentable construir más salas de cine, sino tenemos como país, un público capaz de asistir a ellas y de ser agentes de desarrollo permanente en la industria cultural audiovisual.

La participación que tienen los medios de comunicación forman otro eje que colabora en la formación de público, sin embargo en nuestro país, esto no ha trascendido de una buena forma, pero se ha hecho un esfuerzo por implantar mayores especificaciones en torno a la profesionalización y a la innovación tecnológica de la industria audiovisual.

Lo anterior se produce porque el cine y la televisión, tanto en Valparaíso como en Chile, están estrechamente ligados, dado que la necesidad de diversificación alcanzada por los servicios televisivos, ha provocado un auge de las productoras audiovisuales. Los cinco canales nacionales no sólo cuentan con sus propios profesionales, sino externalizan ciertos servicios, lo cual ha permitido ampliar el mercado a través de la compra de programas, los cuales son evaluados financieramente y comercialmente, esto favorece al mercado ya que lo dinamiza y lo conjuga con las industrias publicitarias que crean las estrategias publicitarias para atraer al público.

Por lo tanto, se podría decir que hoy las empresas productoras no sólo alimentan el mercado de la publicidad, sino que también han consolidado una línea de producción de programas y realizaciones para la televisión, diversificando su oferta audiovisual. Si bien esto se traduce en que los profesionales del área tengan más de un empleo, también se convierte en ideal la creación de circuitos de documentalistas, cortometrajistas, cineanimadores, entre otros, todos los cuales a través de la televisión y la publicidad reúnen los recursos para hacer sus trabajos personales.

El área audiovisual tiene que ser comercializada, como actualmente algunas obras lo han hecho, en donde trabajando en conjunto con otras áreas de la cultura se logra crear una sinergia llegando a mostrar productos como “Violeta se fue a los cielos” de Andres Wood, existe la necesidad de fomentar dinámicas comerciales entre los distintos sectores, agruparse y presentarse como un conjunto de actores económicamente activos, que necesitan colaboraciones para mejorar sus condiciones comerciales y empresariales. Esto se ve reflejado en la cantidad y la calidad de las obras producidas.

Por otra parte la profesionalización en la industria audiovisual, denota actualmente dos características principales: una creciente especialización y formalización del oficio, y el crecimiento diversificado de la profesión de manera espontánea y desordenada. Para entender la profesionalización de la industria, se debe contemplar que ésta contiene una vocación artística de por medio que es irremplazable, se pueden entregar conocimientos acabados de la industria, pero no se puede entregar vocación, cosa que esta área en particular, es una necesidad. Debido a esto son muy pocos los artistas audiovisuales que logran vivir del área, no es un mercado rentable, ya que los costos de los instrumentos son muy caros, y la industria ha demostrado que no ha sido eficiente en la captación de públicos para que se puedan reducir los costos.

Complementando la profesionalización en el área, muy pocos de los entrevistados tenía una profesión de cineasta formal, ellos más que nada, se caracterizaban por ser autodidactas, lo que implica un involucramiento constante en el área, para esto programan sus actividades, se autogestionan en torno a lo que quieren hacer para lograr vivir de esa actividad, estudian constantemente, presentando una mayor preparación técnica, en torno a ello se especializan y perfeccionan dentro de un área, para obtener una mayor consideración y evaluación del medio en el cual se desenvuelven. Esto se observa dentro de los realizadores y productores porteños, no obstante, se percibe que la mayoría de ellos no sólo se desenvuelve profesionalmente dentro de

un área específica audiovisual, sino que en varias pasando por la cinematográfica, televisiva y publicitaria.

La práctica de asociatividad en la zona no son lo suficientemente implantadas, como debería esperarse en un área como esta, no hay iniciativas para conglomerar a grupos para que todos trabajen juntos levantando la industria. Es por esto que por ejemplo problemas de distribución y comercialización, que son costosos y escasos, podrían ser enfrentados y mejorados si se unieran los actores involucrados y aplicaran políticas de asociatividad.

Los creadores audiovisuales porteños presentan una contrastada forma de crear, ya que se preocupan mucho de producir obras audiovisuales, pero no así de la circulación, promoción, comercialización y distribución de sus producciones, esto provoca una bifurcación del área creando demasiadas producciones y no llevándolas a los otros niveles de la cadena productiva.

Es por esto que es indispensable mejorar la gestión del marketing del cine local, tomándolo en cuenta desde la creación de la obra para que el público objetivo de la obra esté identificado desde un principio.

No es posible terminar esta investigación sin antes mencionar las fortalezas observadas en el área audiovisual porteña. Llama la atención su capacidad de autogestionarse en forma permanente. , la lucidez, sutileza y abertura al cambio son cualidades que las empresas deben tener hoy en día para que logren penetrar en sus mercados, esta industria emergente ya las contempla, lo que permite inferir que si bien hoy no se ha desarrollado completamente, si encontrarán las herramientas para hacerlo en el futuro.

La presencia de la “Film Comission Office Valparaiso” conformada hace muy poco es un avance enorme para implantar los cimientos de una emergente industria porteña, volviendo a las raíces de la historia del cine en Chile.

## CAPÍTULO XII. PROPUESTAS

El desarrollo de la industria audiovisual tanto en Valparaíso como en Chile requiere de gestores culturales como creadores de espacios para el desarrollo de esta área, ya que al contar solo con creadores, se pierde el conducto para que lleguen a los canales de distribución correctamente y no exista una sintonía entre ellos.

El papel que desarrolla el Gestor Cultural en esta área es primordial para crear relaciones y establecer bases para desarrollar el ámbito audiovisual en Valparaíso.

A continuación se presentan propuestas para incentivar el área:

- Creación de un proyecto en conjunto con los alumnos de Cine el cual formule bases de datos acerca de financiamientos internacionales para el área audiovisual, esto para que el fomento a esta área no sólo se vea relacionada con los fondos que reparte el CNCA, se puede utilizar los datos recabados en este documento y comenzar a trabajar desde aquellos.
- Realizar un proyecto de participación con los diferentes alumnos de las distintas carreras relacionadas con el área audiovisual, esto para generar apoyos en red desde las aulas, ya que esto en particular, es fundamental en el desarrollo del área, y en Valparaíso se ve muy desgastado este punto en particular.
- Crear un proyecto de facilitación para actualizar la gestión de fondos en el área audiovisual, ya sean nacionales o internacionales, esto para que los creadores sólo se preocupen de su obra y no de lo engorroso y burocrático del sistema.
- Crear un proyecto para la realización de salas de exhibición exclusivas para las obras audiovisuales chilenas en Valparaíso, ya sean series de tv o películas, esto para incentivar el consumo audiovisual y fomentar el área.

Se podría utilizar los archivos que tienen el CNTV y el CNCA para exhibir las obras que han ganado estos fondos y por supuesto contar con precios de acceso rebajados.

## XII. BIBLIOGRAFÍA

- ALIAGA, IGNACIO (2006): “*Cine de Chile 1990-2005, La pequeña historia de una imagen obstinada*”, Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- BOSH, CASA (1994): “*La transición de la televisión: Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*” Barcelona, Editorial Barcelona.
- BRUNNER, JOSÉ JOAQUÍN: “*Con ojos desapasionados*”. Ensayo sobre la cultura en el mercado. (disponible solo en la web)
- CASTELLS, MANUEL (1995): “*La ciudad informacional: Tecnologías de la información, estructuración económica y el proceso urbano regional*” España, Alianza Editorial.
- CAVALLO, ASCANIO, DOUZET, PABLO, RODRÍGUEZ, CECILIA (2007): “*Huérfanos y perdidos: El cine chileno de la Transición 1990-1999*” Chile, Uqbar Editores.
- CENTRO DE ESTUDIOS UNIACC (2006): “*El otro guión. El cine chileno de ficción según sus directores y productores*” Santiago, LOM Ediciones.
- CERESO, M. (1994): “*Teorías sobre el medio televisivo y educación: El discurso de la televisión*” Granada, Grupo Imago
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2003): “*Apuntes acerca del audiovisual en Chile*” (Disponible solo en web)
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2006): “*La cultura durante el período de la Transición a la Democracia 1990-2005*” Santiago.
- CORRO, PABLO, LARRAÍN, CAROLINA, ALBERDI, MAITE, VAN DIEST, CAMILA (2007): “*Teorías del cine documental chileno 1957-1973*” PUC, Colección Aisthesis.
- DIVISIÓN DE CULTURA MINISTERIO DE EDUCACIÓN (2000): “*Industria audiovisual en Chile, antecedentes, políticas públicas, datos y cifras*” Chile.

- Doutrelepon Carine (1996): “*L` actualité du toit de l`audiovisual Européén*” Francia.
- ESTÉVEZ, ANTONELLA (2005): “*Luz, cámara, transición. El rollo del cine chileno de 1993 al 2003*” Santiago, LOM Ediciones.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1995): “*Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*” Argentina, Editorial Grijalbo.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (2001): “*Culturas híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad*” Argentina, Editorial Paidós.
- GARRETÓN, MANUEL ANTONIO Y COLABORADORES (2000): “*Cultura y desarrollo en Chile: Dimensiones y perspectivas en el cambio de siglo*” Santiago, Editorial Andrés Bello.
- GETINO, OCTAVIO (1998): “*Cine y televisión en América Latina, producción y mercados*”, Argentina, LOM ediciones.
- GETINO, OCTAVIO (2007): “*Cine iberoamericano: Los desafíos del nuevo siglo*”, Argentina, Ediciones Ciccus.
- GÓMEZ GARCÍA, RODRIGO (2008): “*Políticas e industrias audiovisuales en México: Apuntes y diagnósticos*” México, Departamento de Estudios de Comunicación, Universidad de Guadalajara, Revista Nueva Época edición N°10 Julio – Diciembre.
- MAPEO INDUSTRIAS CREATIVAS VALPARAÍSO (2009)
- MAPEO INDUSTRIAS CREATIVAS EN BOGOTÁ Y SOACHA (2002)
- MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA (2003): “*Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*”, Colombia, Convenio Andrés Bello.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE CHILE (1996): “*Política de fomento y desarrollo del cine y la industria audiovisual*” Santiago, Documento de trabajo.

- MOUESCA, JAQUELINE (1997): “*El cine en Chile: Crónica de tres tiempos*” Chile, Editorial Planeta.
- MOUESCA, JAQUELINE, ORELLANA, CARLOS (1998): “*Cine memoria del siglo XX*” Santiago, LOM Ediciones.
- OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES: “*Publicación del observatorio de Industrias Culturales: Revista N°1*” Subsecretaria de Industrias Culturales, Ministerio de Producción, Buenos Aires, 2004
- OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES: “*Publicación del observatorio de Industrias Culturales: Revista N°2*” Subsecretaria de Industrias Culturales, Ministerio de Producción, Buenos Aires, 2005
- OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES: “*Publicación del observatorio de Industrias Culturales: Revista N°3*” Subsecretaria de Industrias Culturales, Ministerio de Producción, Buenos Aires, 2005
- REVISTA ESTUDIOS SOCIALES (1994) N°82
- ZALLO, RAMÓN (1988): “*Economía de la comunicación y la cultura*” Madrid, Akal.

## **PÁGINAS CONSULTADAS**

- [www.minrel.cl](http://www.minrel.cl)
- [www.corfo.cl](http://www.corfo.cl)
- [www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)
- [www.mineduc.cl](http://www.mineduc.cl)
- [www.sinteci.cl](http://www.sinteci.cl)
- [www.ine.cl](http://www.ine.cl)
- [www.pnud.cl](http://www.pnud.cl)
- [www.culturachile.cl](http://www.culturachile.cl)
- [www.brunner.cl](http://www.brunner.cl)
- [www.chileaudiovisual.cl](http://www.chileaudiovisual.cl)
- [www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/indsutrias/observatorio](http://www.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/indsutrias/observatorio)
- [www.cnca.cl](http://www.cnca.cl)
- [www.cineyvideocentroamericano.org](http://www.cineyvideocentroamericano.org)
- [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)
- [www.accionaudiovisualuc.cl](http://www.accionaudiovisualuc.cl)
- [www.caem.cl](http://www.caem.cl)
- [www.programaibermedia.com](http://www.programaibermedia.com)
- [www.cinelatinoamericano.org](http://www.cinelatinoamericano.org)
- [www.onoff.cl](http://www.onoff.cl)

## INDICE DE FIGURAS

- FIGURA 1: GRÁFICO DE PRODUCCIONES CHILENAS, DESDE EL 2000 AL 2009.
- FIGURA 2: FASE EXPLORATORIA DEL MARCO METODOLÓGICO
- FIGURA 3: FASE DE PROFUNDIZACIÓN DEL MARCO METODOLÓGICO
- FIGURA 4: ESTRATEGIAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
- FIGURA 5: CLASIFICACIÓN UNCTAD DE INDUSTRIAS CREATIVAS
- FIGURA 6: INDUSTRIAS CREATIVAS
- FIGURA 7: FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2006
- FIGURA 8: FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL REPARTIDO EL AÑO 2006
- FIGURA 9: FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2007
- FIGURA 10: FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL REPARTIDO EL AÑO 2007
- FIGURA 11: FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2008
- FIGURA 12: FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL REPARTIDO EL AÑO 2008
- FIGURA 13: FONDOS DE FOMENTO AUDIOVISUAL ADJUDICADOS EL AÑO 2009
- FIGURA 14: FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL REPARTIDO EL AÑO 2009
- FIGURA 15: PRODUCCIONES AUDIOVISUALES REALIZADAS EN VALPARAÍSO DESDE LOS AÑOS 2006 AL 2010.
- FIGURA 16: CADENA DE VALOR DEL CINE Y LA TELEVISIÓN
- FIGURA 17: FASE CREACIÓN DE LA CADENA DE VALOR
- FIGURA 18: FASE PRODUCCIÓN DE LA CADENA DE VALOR
- FIGURA 19: FASE DISTRIBUCIÓN DE LA CADENA DE VALOR
- FIGURA 20: FASE EXHIBICIÓN DE LA CADENA DE VALOR
- FIGURA 21: CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN VALPARAÍSO.